

Café: (re)conquista dos mercados

José Geraldo Pacheco Ormond
Sérgio Roberto Lima de Paula
Paulo Faveret Filho

CAFÉ: (RE)CONQUISTA DOS MERCADOS

José Geraldo Pacheco Ormond
Sérgio Roberto Lima de Paula
Paulo Faveret Filho*

** Respectivamente, técnico, assistente técnico e gerente da Gerência Setorial de Estudos de Agroindústria do BNDES. Os autores agradecem a colaboração da bibliotecária Heloiza Miranda e dos estagiários Morine Alves Fonseca e Paulo Roberto Esteves Grigorovski. As conversas mantidas com Joaquim Goulart de Andrade (da Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé Ltda.), Gustavo Abel de Lemos Vieira e José Francisco Pereira (da Companhia Agropecuária Monte Alegre), Mônica da Costa Pinto e Francisco Silva Tavares (da Abic) e Sylvia Saes (da Fipe) tornaram mais fácil a elaboração deste artigo.*

CAFÉ

Resumo

O artigo analisa o sistema agroindustrial do café sob vários ângulos, com ênfase nas novas tecnologias de plantio, produção, tratamento pós-colheita e comercialização:

- o comportamento do mercado, destacando o de cafés especiais, os principais países produtores e consumidores;
- os aspectos agronômicos que possibilitam o aumento da produtividade e a melhora no produto final;
- o cerrado mineiro e a região de Barreiras na Bahia, com novas fronteiras de produção do café arábica e a introdução do café robusta em São Paulo e no sul da Bahia;
- as estratégias de diferenciação de produtos nos mercados nacional e internacional e as barreiras impostas às exportações brasileiras;
- o processo de desregulamentação na década de 90 e a saída do Estado do controle do setor; e
- as perspectivas para o aumento da participação do Brasil no mercado mundial tanto de café commodity quanto de produtos industrializados.

Introdução

O café é o mais tradicional item da pauta de exportações brasileira. No entanto, tem perdido espaço tanto na composição da pauta como no mercado mundial do produto. Já representou 70% das exportações brasileiras na década de 20, baixou para 50% em 1960 e hoje está limitado a 6%. O Brasil ainda é o maior exportador, mas sua participação é decrescente: 39% em 1960 e 22% em 1998. O país chegou a responder por 80% da produção mundial, mas em 1998 estava restrito a 32%.

Nas últimas décadas, uma das principais razões para a diminuição da inserção brasileira nesse mercado foi a campanha promocional desenvolvida pela Colômbia e por países da América Central sobre a qualidade dos cafés que produzem.

Hoje o Brasil é conhecido como um exportador de quantidade, e não de qualidade, recebendo preços mais baixos do que a média. Muitas vezes o produto final tem composição majoritariamente brasileira, mas é vendido como café colombiano nos principais mercados mundiais.

Incitados pela perda de mercado, produtores brasileiros tomaram iniciativas para melhorar a qualidade do produto, investindo no sistema pós-colheita. Esse movimento resultou na difusão da seleção de cafés de qualidade superior. Mas no primeiro momento não houve a correspondente valorização monetária em função da “comoditização” do produto.

Insatisfeitos com essa situação, produtores do sul e do cerrado de Minas Gerais constituíram associações com a finalidade de conseguir maior aproximação com os importadores e buscar nichos de mercado para seu produto. Baseados no *marketing* dos chamados “cafés *gourmets*” e participando com visão estratégica em feiras e eventos promocionais internacionais, eles têm conseguido vender a idéia do “café brasileiro de qualidade superior” com relativo sucesso, embora ainda em pequena escala.

Essa iniciativa encontrou eco em outros estados produtores, disseminando-se pelo país, em um processo que busca melhorar a qualidade do café brasileiro e, conseqüentemente, a rentabilidade do setor.

A produção mundial de café alcançou 100 milhões de sacas em 1998, das quais 85% são negociadas no mercado mundial.

A taxa de crescimento foi de apenas 0,2% a.a. nesta década, condição considerada por alguns analistas como de estagnação do consumo.

Nota-se, no entanto, um crescimento acelerado do consumo de cafés moídos tipo *premium* e de cafés em grãos tipo *speciality*. Nos últimos 10 anos, o volume de vendas anual de café especial nos supermercados dos Estados Unidos cresceu 4%, sendo que os grãos cresceram a uma taxa de 4,8% e o café moído 2,5%. Nos últimos 30 anos, as taxas anuais foram de 6,1% para o conjunto, 11,2% para os grãos e 2,8% para o café moído *premium*.

Uma das razões do maior crescimento das vendas do produto em grão no varejo é a disseminação das máquinas italianas de café, que moem o grão no momento da feitura da bebida. Elas estão largamente distribuídas em ambientes institucionais, bares, restaurantes e lojas especializadas em café (setor que também tem aumentado de modo significativo, principalmente nos Estados Unidos).

Histórico do Café no Brasil

A Descoberta do Café

No velho reino da Abissínia, à margem do Mar Vermelho, um pastor de cabras observou que seus animais ficavam bastante excitados após comer os frutos vermelhos de um arbusto da região. Curioso, experimentou-os e descobriu seu poder estimulante. Colheu então alguns frutos e os levou para um convento próximo. Os monges, após ouvirem seu relato, atiraram os grãos ao fogo, pois, pela cor vermelha e pelo efeito que causavam, só poderiam ser uma tentação do demônio.

Quando começaram a queimar, espalhou-se pelo ar um aroma agradável. Os monges resolveram, então, ficar com os grãos restantes e aprenderam a preparar uma bebida que passou a ser considerada uma dádiva de Deus, pois os ajudava a permanecer acordados durante as noites em vigílias de orações. O hábito de beber café correu o mundo.

A palavra café tem origem no termo turco *kahué*, que significa força. Possivelmente, os árabes já tomavam café no século 15. Na península arábica, ponto de difusão do cafeeiro, a agricultura e o comércio do café se desenvolveram e se espalharam rapidamente pelo Egito, Síria, Turquia e todo o Oriente.

A divulgação do café na Europa ocorreu em 1592, através do alemão Leonardo Rauwoff, mas admite-se também que na Europa Ocidental, particularmente em Veneza, ele já era consumido no final do século 16. No início do século 17, os navios da Companhia das Índias Orientais já faziam o transporte de grande quantidade de café entre os países muçulmanos do Oriente, e em 1637 já era hábito o seu consumo na Alemanha e nos Países Baixos. Os holandeses

tiveram papel importante na propagação do consumo do café como bebida por toda a Europa setentrional e central.

As primeiras casas públicas de café apareceram na Itália em 1645 e em seguida se espalharam pela península, tornando célebres, em toda a Europa, os cafés venezianos, genoveses e romanos.

Na França, em 1657, a corte de Luís XIV já consumia a bebida, e logo depois apareceria em Londres a primeira casa de café. Tanto em Londres como em Paris, os cafés públicos se multiplicaram e se tornaram pontos de encontro para debates e discussões sobre política e arte. Na Alemanha, de onde se origina a mistura de café com leite, os primeiros cafés públicos surgem em Hamburgo e, em 1752, em Berlim.

Coube aos holandeses, no final do século 17, a difusão da planta do café na Malásia, Java, Sumatra, Célebes e Timor. Em 1706 levaram desses locais mudas para o Jardim Botânico de Amsterdã, das quais originaram os primeiros cafezais da América. Na América do Sul, há indícios de que o Suriname foi a primeira região onde os cafeeiros foram plantados no início do século 18, avançando em seguida para a Guiana Francesa.

No início do século 18, o café tornou-se um produto importante nos mercados internacionais dos países do Ocidente, estimulando, assim, a sua cultura nas colônias européias da América e da Ásia.

O café foi introduzido no Brasil em 1727 por Francisco Mello Palheta trazido de sua visita à Guiana Francesa. As primeiras sementes e mudas foram plantadas em Belém (Pará) e em seguida no Maranhão. Em 1760 vieram do Maranhão para o Rio de Janeiro, expandindo-se pela encosta da Serra do Mar e atingindo em 1780 o Vale do Paraíba.

Introdução do Café no Brasil

Até 1860, o sul do Rio de Janeiro manteve a hegemonia da economia cafeeira, seguido de São Paulo e Minas Gerais. A comercialização se fazia pelo porto do Rio de Janeiro, tornando a cidade o seu centro financeiro e controlador. A partir dessa data, São Paulo se torna o principal centro produtor de café do país e o porto de Santos passa a dividir as exportações.

Já em 1731 chegavam a Portugal pequenas partidas de café provenientes do Norte do Brasil, e em 1734 o porto de Lisboa recebeu três mil arrobas do produto, remetido pela Companhia Geral do Maranhão e do Grão-Pará. Até 1820, o Brasil ainda não se tornara

um grande exportador de café. Durante o século 18, a economia do país se baseava na mineração, e a cana-de-açúcar e o algodão ainda eram os seus grandes produtos agrícolas.

O açúcar produzido pela cana-de-açúcar perdeu mercado para o de beterraba e o algodão não conseguiu enfrentar a produção norte-americana. Em virtude dessa situação, o Brasil encontrou no plantio do café um produto de exportação cuja produção tinha como fator básico a terra e, assim, reintegrou-se nas linhas de expansão do comércio internacional, superando a fase de estagnação. A lavoura do café, beneficiando-se do solo e do clima brasileiros, teve rápida expansão.

Além das condições naturais do Brasil, o desenvolvimento do mercado dos Estados Unidos, após sua independência, possibilitou que o país se tornasse grande importador de café.

Com a independência do Brasil iniciou-se realmente a era do café, e em 1845 o país já colhia 45% da produção mundial. No início do século 19, o café já era o maior artigo de exportação brasileiro, e os Estados Unidos consumiam mais de 50% de nossa produção.

A cultura do café no Brasil apresentou ciclos de expansão e crises de acordo com as variações da economia mundial, mas chegou a ser responsável por cerca de 80% das nossas receitas cambiais.

As fazendas de café, que seguiram os modelos dos engenhos de açúcar, formavam um pequeno mundo, isolado do exterior, auto-suficiente, todo voltado para a sua produção.

A partir de meados do século 19, a lavoura de café concentrou toda a riqueza do país durante três quartos de século. Sua influência não foi só econômica, mas também social e política. Os mais importantes fatos ocorridos no país desenvolveram-se em função dessa lavoura, que formou a última aristocracia do país. Os fazendeiros de café tornaram-se a elite social brasileira.

Em virtude de sua importância nas exportações brasileiras, foi criado, em 1933, o Departamento Nacional do Café, que controlou o setor até 1946, quando foi extinto.

Em 1952 foi criado o Instituto Brasileiro do Café (IBC), com o objetivo de definir a política para o setor e controlar e coordenar a estratégia do sistema desde a produção até a comercialização interna e externa. Atuando no âmbito do Ministério da Indústria e do Comércio, o IBC dava assistência técnica e econômica à cafeicultura e ao seu beneficiamento, controlava a comercialização tanto para consumo interno como para exportação, elaborava estudos e pes-

quisas que favoreciam a cultura e a economia cafeeira e executava a política econômica traçada pelo Conselho Monetário Nacional, baseando suas decisões nos dados fornecidos pelo próprio IBC, principalmente quanto a custos de produção, expectativa de exportação, níveis de produção, abastecimento do consumo interno e industrialização do produto.

O IBC atuava através de diversos departamentos e agências espalhados pelo interior do país e de escritórios no exterior – Estados Unidos, Itália, Japão e Inglaterra. Em março de 1990, foi extinto. A saída brusca do Estado, que coordenava toda a política cafeeira, se de um lado abriu novas oportunidades para as empresas, de outro criou algumas inconsistências. Uma das mais importantes foi a falta de uma definição clara da política de custeio e comercialização da safra brasileira de café.

O Funcafé, constituído por recursos provenientes de cotas de contribuição sobre exportações de café, destinados a financiar desde as operações de giro até pesquisas e *marketing* interno e externo, conferia ao sistema certa autonomia em relação às políticas governamentais para a agroindústria. Com o fim do IBC, os recursos do Funcafé ficaram em caráter provisório nas mãos do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (MICT). A indefinição sobre a política cafeeira criou uma situação paradoxal: dona de um patrimônio invejável e ao mesmo tempo sem recursos, a cafeicultura nacional, no início dos anos 90, estava diante de uma profunda crise e um endividamento crescente.

Em julho de 1991 foi criado o Comitê Brasileiro do Café (CBC), que congregava os segmentos do sistema: a lavoura, a indústria de torrefação e moagem, a indústria de solúvel e a exportação.

Em outubro de 1996 foi instituído o Conselho Deliberativo de Política Cafeeira (CDPC), considerado uma etapa evolutiva do CBC. Esse novo órgão ficou encarregado de gerir o Funcafé e definir as políticas para todos os segmentos, ou seja, financiamento à lavoura e políticas para aumentar a participação no mercado e fornecer suporte técnico principalmente através de estatísticas e pesquisas.

Como objetivo principal, esse novo organismo passou a ter a responsabilidade de planejar, coordenar e supervisionar a execução das atividades e das ações que visem à formulação, implementação, controle e avaliação das políticas públicas referentes ao setor cafeeiro e aprovar as medidas necessárias ao cumprimento dos objetivos do Fundo de Defesa da Economia Cafeeira. Além desses objetivos gerais, caberia ao CDPC:

- aprovar o plano de safra (metas de produção e exportação de café verde, solúvel, torrado e moído) e políticas de estoque;
- promover campanhas promocionais objetivando o aumento do consumo nos mercados interno e externo; e
- incentivar pesquisas agronômicas, mercadológicas e estimativas de safra;

Aspectos Agronômicos

Variedades

A planta do café é membro da família dos *Rubiaceae*, que inclui mais de seis mil espécies, a maioria delas arbustos tropicais. Existem pelo menos 25 espécies importantes, todas originárias da África e de algumas ilhas do Oceano Índico. São arbustos que medem de dois a 2,5 metros de altura, podendo atingir até 10 metros.

Do ponto de vista econômico, as duas espécies mais importantes cultivadas no mundo são a arábica e a robusta ou *Conillon*. A diferença entre ambas está no número de genes. A variedade arábica é mais complexa, possui 44 cromossomos (dois a menos que a espécie humana) e a robusta 22, como as outras plantas.

A espécie arábica produz cafés de melhor qualidade, mais finos e requintados, e possui aroma intenso e os mais diversos sabores, com inúmeras variações de corpo e acidez. Os cafés de melhor qualidade utilizam somente combinações de arábica.

A espécie robusta, originária da África, tem trato mais rude, pode ser cultivada ao nível do mar e não possui sabores variados nem refinados, como a arábica; sua acidez é mais baixa. Por apresentar mais sólidos solúveis, é de grande utilização nas indústrias de cafés solúveis.

Café Arábica

O café arábica, de grande importância econômica nas regiões que o cultivam, é um produto de qualidade superior, apreciado no mundo inteiro e de grande aceitação em todos os mercados consumidores. Seu cultivo encontra excelentes resultados em regiões montanhosas com altitude entre mil e dois mil metros. É adaptado ao clima úmido com temperaturas amenas e seu cultivo é mais adequado em regiões de temperaturas médias entre 18°C e 23°C. Em regiões mais quentes e com elevada umidade atmosférica, na ocasião do florescimento, poderá apresentar boa frutificação desde que não haja deficiências hídricas.

O termo arábica designa genericamente os produtos obtidos a partir dos cultivares e variedades dessa espécie, tais como:

Mundo novo, Acaia, Catuai vermelho e amarelo, Bourbon vermelho e amarelo.

- *Mundo novo* – sua principal característica é o vigor vegetativo aliado à excepcional produtividade de algumas plantas. As adaptações de linhagens do *Mundo novo* vêm sendo preferidas em áreas mecanizadas, especialmente as de “cerrado”. Possui maturação mais uniforme, o que possibilita um melhor tipo de café colhido, e é mais precoce, representando menor risco em áreas sujeitas a geadas.
- *Acaia* – apresenta frutos com sementes de maior tamanho e com boa produção. Essa variedade surgiu da seleção de linhagens do cultivar *Mundo novo*.
- *Catuai vermelho e amarelo* – também são originários de linhagem do cultivar *Mundo novo*, apresentam plantas vigorosas e produtivas, além de boa adaptação em todas as regiões cafeeiras do país. As adaptações de linhagem *Catuai* apresentam boa produtividade, porte baixo, o que facilita a colheita especialmente em regiões montanhosas, são menos prejudicadas por deficiências de cálcio, magnésio e zinco e também mais resistentes à ferrugem do cafeeiro. Devido ao porte menor, o *Catuai* pode ser cultivado com maior densidade de plantio, resultando em elevada produtividade por área.
- *Bourbon vermelho e amarelo* – apresenta precocidade na maturação dos frutos e se desenvolve bem em regiões de maior altitude. Tem se mostrado pouco vigoroso, principalmente em regiões de solo mais pobre. Apresenta menos resistência à ferrugem e se recupera mais lentamente, acentuando o ciclo bienal de produção. É adequado na formação de parte de grandes plantações, pois possibilita melhor distribuição de mão-de-obra na colheita e maior aproveitamento da infra-estrutura.

O café robusta hoje é mundialmente conhecido devido à sua ampla distribuição nos continentes africano e asiático, pois é capaz de se adaptar às mais variadas condições climáticas. Apresenta desenvolvimento inicial mais lento que o café arábica, porém pode atingir até 10 metros de altura nas regiões quentes e úmidas. É uma planta oriunda de regiões equatoriais baixas, quentes e úmidas, estando adaptado a condições de temperatura bem mais elevadas, com médias anuais entre 22°C e 26°C. Praticamente não sofre problemas de frutificação em função de temperaturas mais altas. As lavouras são bastante produtivas, apresentando grande variedade quanto ao tamanho, formato e maturação dos frutos.

Café Robusta

Pragas e Doenças

Pragas

São causadas por insetos e larvas que atacam as plantações. O *bicho mineiro*, a *broca*, a *cochonilha* e os *ácaros* são problemas encontrados em praticamente todas as regiões onde o café é cultivado, sendo que o grau de importância varia conforme a região do país.

- *Bicho mineiro*: é uma mariposa que faz a postura de seus ovos na parte superior das folhas do cafeeiro. Ao nascer, a lagarta passa diretamente do ovo para o interior da folha, alimentando-se do tecido formado e deixando vazia a área onde se nutriu. As regiões destruídas vão secando e a área atacada vai aumentando com o próprio desenvolvimento da lagarta. As condições climáticas favoráveis à evolução do inseto estão relacionadas à temperatura média elevada e aos períodos de longa estiagem. O principal dano causado aos cafeeiros é a diminuição foliar.
- *Broca do café*: o inseto na forma adulta é um pequeno besouro que perfura o fruto na região da cicatriz floral, fazendo uma galeria através da polpa e destruindo total ou parcialmente a semente quando alcança seu interior. A broca pode atacar o café nos vários estágios de desenvolvimento dos frutos, causando a queda destes. Porém, o ataque se acentua na fase de granação e maturação.
- *Cochonilhas*: as suas variadas espécies encontram-se disseminadas por quase todas as regiões cafeeiras do país. Os ataques ocorrem de forma esporádica em virtude de condições climáticas favoráveis. A cochonilha localiza-se em qualquer parte da planta – raiz, caule, ramos, folhas, botões florais ou frutos – e executa uma sucção contínua da seiva, depauperando a planta e podendo causar até a sua morte, conforme a gravidade do ataque. Ela segrega um líquido açucarado que atrai formigas e outros insetos.
- *Ácaros*: o ataque dos ácaros ocorre geralmente nos períodos de estiagem, com sua população atingindo altos níveis no verão. As plantas apresentam folhas de cores bronzeadas e sem brilho.
- *Nematóides*: têm grande significância na cafeicultura nacional, pois afetam a raiz e seus sintomas se evidenciam na parte aérea. A consequência de sua ação é mais perceptível no período seco, devido à menor circulação da seiva e à menor quantidade de água disponível no solo. São mais comuns em regiões de solo arenoso ou degradado, com baixo nível de matéria orgânica.

Doenças

Os principais agentes causadores de doenças nos cafezais são os fungos, as bactérias e os vírus. As de maior importância são as provocadas por fungos.

Existem no mundo aproximadamente 300 tipos de doenças que atacam o cafeeiro. Duas delas se destacam pelos danos econô-

micos que vêm causando: a CBC (*coffee berry disease*), ainda não constatada no Brasil, e a ferrugem do cafeeiro, causada por fungo e bastante disseminada na lavoura nacional.

O fungo causador da ferrugem é um parasita encontrado nas folhas da planta do gênero *Coffea*. Sua disseminação é facilitada pela contaminação das mudas e pela ação do vento, de insetos e da chuva. O principal dano é a queda precoce das folhas e a consequente redução da produtividade do cafeeiro. A desfolha provoca a secagem dos ramos, reduzindo a vida útil e a produtividade da planta.

Na região Centro-Sul, as condições climáticas e os índices pluviométricos das áreas utilizadas para a cafeicultura são bastante favoráveis e não é prática rotineira utilizar sistemas de irrigação. Quando ocorrem deficiências hídricas mais acentuadas, normalmente nos períodos de maturação e repouso (julho a setembro), não são grandes os prejuízos causados à produção.

O desenvolvimento da cafeicultura na região dos cerrados é um fenômeno bastante recente, sendo escassa a literatura com informações técnicas sobre a irrigação de café que ali se pratica. A temperatura média anual da região situa-se entre 18°C e 22°C e, de modo geral, apresenta deficiência hídrica principalmente no inverno, com a seca se prolongando por até 150 dias, o que pode comprometer significativamente a produção do café.

Quando o "déficit" hídrico se agrava, há necessidade de saná-lo mediante processos de irrigação, suprimindo as necessidades de água da planta, adequando a umidade do solo e garantindo maior crescimento vegetativo e produtivo do cafeeiro.

No cerrado, a falta de chuvas costuma ocorrer nas fases de diferenciação floral, dormência e floração, o que causa prejuízo ao vingamento da florada e ao início do desenvolvimento dos frutos, provocando drástica redução na produção das lavouras. Para suprir a falta de água no solo nesse período, é necessário recorrer à irrigação para garantir produção normal.

No suplemento de água aos cafezais são utilizados, basicamente, dois tipos de irrigação, diferenciando-se apenas pela maneira como a água é fornecida às plantas:

- *Irrigação por aspersão* – a água é aplicada sobre a copa das plantas assemelhando-se a uma chuva artificial. Esse processo utiliza três sistemas:

Métodos de Produção: Manejo e Plantio

Irrigação

- *sistema portátil ou convencional* – quando todos os equipamentos que o compõem são transferidos de um local para o outro, após a aplicação da água necessária;
- *sistemas autopropelidos* – consiste em um canhão hidráulico montado sobre uma carreta, que permite irrigar uma faixa do cafezal previamente determinada; e
- *sistema pivô central* – consiste em uma estrutura central de captação de água, uma linha de distribuição composta de tubulações e aspersores e várias torres de sustentação, montadas sobre rodas que, além de manter a linha de distribuição suspensa sobre a plantação, permite seu deslocamento em torno da estrutura central, irrigando um círculo cujo raio é definido pelo tamanho da linha.
- *Irrigação por infiltração ou localizada* – a água é fornecida por dispositivos colocados no solo e não atinge a parte superior da planta. Esse processo utiliza dois sistemas:
 - *aspersão* – a água é distribuída em jatos finos para não causar impactos nas plantas e não provocar a erosão do solo, utilizando-se tubos com microperfurações ou pequenos aspersores distribuídos nas linhas ou ao pé das plantas; e
 - *gotejamento* – são utilizados tubos perfurados ou com pequenos componentes mecânicos, chamados gotejadores, através dos quais a água é aplicada junto ao tronco do cafeeiro de forma lenta e com baixa pressão.

Processo de Produção de Mudas

As mudas para plantio podem ser obtidas por meio de sementes selecionadas, enxertia e multiplicação clonal. A qualidade da muda de café é de fundamental importância na implantação de lavoura. Qualquer erro cometido nessa fase acarretará prejuízos em toda a vida da cultura.

Sementes Selecionadas

Para a preparação de mudas devem ser utilizadas apenas sementes de frutos maduros, no estado de cereja, e provenientes de plantas de linhagem selecionada. Após a lavagem dos frutos, procede-se ao despolpamento e à degomagem das sementes. Em seguida é feita a secagem, que deverá ser completada na sombra ou em luz solar de baixa intensidade. As sementes devem ser utilizadas até seis meses após a colheita, pois a partir desse período perdem rapidamente seu poder germinativo.

Os viveiros para a produção de mudas não devem ser feitos em locais úmidos, sujeitos a geadas ou por onde transitem pessoas

e animais, pois podem favorecer o aparecimento de doenças e a contaminação das mudas. A técnica mais moderna para a produção de mudas é a utilização de tubos de polietileno em substituição aos tradicionais sacos plásticos.

Os chamados tubetes são reutilizáveis e têm como função orientar as raízes para baixo, não permitindo o enovelamento. As raízes se tornam mais grossas e resistentes e proporcionam maior volume do sistema radicular, contribuindo para melhor manutenção da parte aérea e permitindo a obtenção de mudas uniformes e vigorosas. Utiliza-se, em substituição à terra, substratos estéreis, que proporcionam segurança ao processo produtivo, originando mudas livres de nematóides e ervas daninhas.

Enxertia

A enxertia começa após a germinação das sementes do “cavalo” (porta-enxerto), devendo ser da variedade robusta, que é resistente ao nematóide, mais tolerante à seca e tem um sistema radicular que proporciona maior absorção de água e nutrientes.

Os “cavaleiros”, que serão enxertados no “cavalo” e comporão a copa da planta, devem ser das variedades Mundo novo, Icatu ou Catuaí, por serem plantas mais produtivas, formarem boas copas, serem mais resistentes à ferrugem e produzirem grãos que proporcionam boa bebida.

As mudas obtidas são mais resistentes a pragas e doenças, sofrem menos *stress* no plantio e são 30% mais produtivas do que as comuns. A primeira colheita ocorre dois anos após o plantio, enquanto as tradicionais iniciam o ciclo produtivo apenas no terceiro ano.

Multiplicação Clonal

A utilização do processo de multiplicação clonal para a produção de mudas de café só é feita com a variedade robusta, pois a fecundação é cruzada, diferentemente da arábica, que se autopoliniza e mantém as mesmas características da planta original.

As plantas da variedade robusta apresentam grande heterogeneidade principalmente quanto à altura, tamanho das folhas, formato, tamanho e época de maturação dos frutos, capacidade produtiva e resistência a pragas e doenças. Mesmo utilizando sementes de planta selecionada e muito produtiva, isso não assegura que as mudas mantenham as mesmas características da planta-mãe, pois, em virtude da polinização cruzada, o grão traz particularidades de outra planta, diferente desta.

As espécies clonadas têm mantido as mesmas características das plantas matrizes, são resistentes à ferrugem e apresentam porte relativamente pequeno, facilitando as podas e o adensamento.

Sistemas de Plantio

Existem três sistemas de plantio de café: tradicional, em renque e adensado.

O sistema tradicional é o predominante no parque cafeeiro nacional. As lavouras são plantadas com espaçamentos de três a quatro metros entre as fileiras e de dois a 2,5 metros entre as covas. Em cada cova são plantadas duas mudas. Dependendo do espaçamento adotado, podem ser plantadas de duas mil a 3.300 mudas por hectare.

Esse sistema demanda baixo investimento na implantação, permite livre crescimento das plantas, não exige podas periódicas e admite a mecanização de alguns tratos culturais como aplicação de defensivos, limpeza, adubação etc. Além disso, possibilita facilidade na colheita e melhor qualidade do café colhido. No entanto, apesar das vantagens, apresenta baixa produtividade média: entre 10 a 30 sacas beneficiadas/ha.

O sistema em renque utiliza somente uma muda por cova e é indicado para terrenos com topografia que permita mecanização. Quase todas as lavouras do cerrado o adotam. O espaçamento entre fileiras varia de três a quatro metros e a distância entre as mudas é de 0,5 a um metro, permitindo o plantio de cinco mil a sete mil plantas por hectare. Tem como vantagem a redução dos custos em função da mecanização dos tratos culturais, colheita com máquinas de grande porte e uso de irrigação, quando necessários. Obtêm-se bons níveis de produtividade e boa qualidade do café colhido.

O sistema adensado é o mais usado nas novas plantações, permitindo elevados níveis de produtividade, especialmente nas primeiras safras. O espaçamento mais adequado nesse caso é de dois metros entre fileiras e de 0,5 a um metro entre plantas, o que possibilita o plantio de cinco mil a 10 mil plantas por hectare, ou seja, quatro a cinco vezes mais que o sistema tradicional.

O plantio adensado utiliza melhor a área disponível, principalmente em pequenas lavouras ou em regiões montanhosas, onde os tratos culturais são realizados manualmente.

Alguns inconvenientes e desvantagens são apontados: a) custo de implantação elevado, por exigir maior quantidade de mudas e de fertilizantes; b) exigência de podas depois de quatro ou cinco safras, dependendo do espaçamento; c) dificuldade no controle de

pragas e doenças; d) colheita mais desconfortável e difícil; e e) apresentação de maior quantidade de frutos verdes nas partes menos atingidas pelo sol. No entanto, as desvantagens descritas podem ser compensadas pela alta produtividade obtida: mais de 40 sacas/ha.

A cafeicultura brasileira apresenta comportamento cíclico. Por ser perene e demandar certo tempo entre o plantio, o início da produção e a maturidade da lavoura, a cultura do café apresenta comportamentos distintos de produção ao longo dos anos.

Ciclo de Produção

O início da produção se dá a partir de dois anos e meio da implantação e permanece em formação com aumento progressivo da safra até o quinto ano. Entre o quinto e o sétimo anos acontece seu ponto máximo. A partir daí, inicia-se um processo de alternância da quantidade produzida, chamado de bianualidade, onde em um ano a planta rende muito e no ano seguinte tem uma queda significativa.

Esse fenômeno se dá em função da quantidade de frutos produzidos, que se desenvolvem substituindo as folhas. Esse desfolhamento é agravado pelo processo de colheita e desgasta excessivamente a planta. Assim, a energia produzida no período seguinte é mais direcionada à sua recomposição do que à produção de frutos. Além disso, por estar mais debilitada, também apresenta maior suscetibilidade ao ataque da ferrugem e de outras doenças, o que também pode contribuir para a diminuição da sua produção.

A colheita do café deve se iniciar quando a maioria dos frutos está madura, estágio denominado "cereja". Antes disso poderá ser colhida grande quantidade de frutos verdes, prejudicando a qualidade do produto final. O amadurecimento dos frutos se dá normalmente entre abril e maio, e sua homogeneidade depende do número de floradas, da variedade e do espaçamento adotado. A colheita pode ser feita nas seguintes formas:

Colheita

- *derrça no chão* – o café é derrubado no chão, recolhido e abanado, processo no qual é grande a presença de impurezas como paus, folhas, torrões, pedras etc.;
- *derrça no pano* – os frutos são derrubados num pano ou plástico colocado sob o cafeeiro para evitar que entrem em contato com a terra, diminuindo assim a presença de impurezas e a mistura com os grãos caídos no chão;

- *colheita a dedo* – os frutos são colhidos um a um e colocados em cestos, operação que permite colher somente os maduros, possibilitando melhor qualidade do café colhido, pois praticamente não aparecem impurezas; e
- *colheita mecânica* – o café é colhido com o uso de máquinas colheitadeiras, sistema que é mais utilizado em áreas planas; porém, já existem modelos de sistema costal que podem ser utilizados em regiões montanhosas, fazendo-se a derriça no pano quando o café está seco ou no estágio de cereja.

Tratamento Pós-Colheita

Após a colheita, inicia-se o tratamento do café colhido, sem amontoar os grãos, transportando-os para os lavadores ou local de secagem. Após seis horas, o café começa a entrar em fase de fermentação, afetando assim a qualidade do produto. O primeiro preparo pode ser feito de três formas:

- *Via seca* – é o mais utilizado na cafeicultura brasileira. O fruto é colocado para secar em locais planos, denominados terreiros, sem a retirada da casca, podendo passar ou não por lavadores para separação dos grãos secos (bóias), verdes e cerejas.
- *Via úmida ou despulpamento* – é o sistema utilizado na Colômbia e em alguns países da América Central. O café colhido é colocado em tanques de água onde permanecem por período de 18 a 24 horas, sendo adicionados, em alguns casos, produtos químicos para facilitar a eliminação da polpa (mucilagem) que contém açúcar. Com esse processo obtém-se um café mais ácido.
- *Cereja Descascado (CD)* – esse sistema de preparo difere do anterior porque o café não passa pelo processo de fermentação para a retirada da mucilagem. A lavagem é utilizada para eliminação das impurezas e separação do bóia e do cereja. Após a lavagem, o lote composto por frutos maduros e verdes passa por um processo de separação onde os frutos maduros são colocados no descascador para que seja retirada a casca, passando direto para o processo de secagem, em terreiro ou secadores. Os grãos verdes também são levados para o terreiro para uma secagem lenta e homogênea e somente depois colocados nos secadores.

A secagem é um fator crítico do processo, pois influi diretamente no aspecto e no resultado da torração do café. Uma seca perfeita, que deve ser lenta e uniforme para não quebrar a estrutura celular do grão, confere ao café uniformidade de cor e consistência dos grãos, mantendo as características de sabor do produto. As oscilações de umidade no processo e teores de

umidade diversificados no lote causam grave prejuízo à qualidade do produto final.

Tanto o processo realizado em terreiro quanto aquele que utiliza secadores térmicos ou mistos produzem o mesmo efeito, mas o primeiro tem adquirido importância no mercado mundial por ser considerado um processo natural.

Após a secagem, o café é mantido em depósitos (tulhas), de preferência de madeira, em áreas bem ensolaradas e bem drenadas, com temperatura ambiente em torno de 20°, pouca luminosidade e sem qualquer umidade, por período superior a 30 dias.

A produtividade média dos cafezais no Brasil é pouco significativa. A diversidade de espécies plantadas, o sistema de plantio (tradicional, em renque e adensado), o tipo de região (montanhosa ou plana), o tipo de clima, o tipo de lavoura (irrigado e sequeiro), a idade da lavoura e os tratos culturais, dentre outros fatores, estabelecem grandes diferenças na produtividade, que pode variar de cinco a 90 sacas beneficiadas por hectare, números bastante díspares para se ter uma média de produtividade nacional.

Produtividade e Custo de Produção

O mesmo ocorre com os dados referentes a custos, que só podem ser analisados à luz desses diferentes fatores que influenciam diretamente a produtividade por área. Sistemas mais tecnificados têm custos maiores com insumos, porém o aumento da produtividade compensa o maior gasto com materiais usados e a maior utilização de mão-de-obra na colheita. Dados da FNP Consultores apontam para uma situação em que o plantio adensado aumentaria em 12% os custos com um ganho de 100% de produção.

No sistema tradicional, com utilização intensa de insumos, a produtividade varia de 10 a 30 sacas, e os custos fornecidos pelas cooperativas oscilam entre US\$ 102 por saca, para uma produtividade de 10 sacas, e US\$ 80 (30 sacas/ha). Para a produtividade mais comum em lavouras com menos de 10 anos (20 sacas/ha), encontramos custos de US\$ 96, tanto em São Sebastião do Paraíso (MG) quanto em Guaxupé (MG). Já na região de Patrocínio (MG), onde a maioria dos cafezais é plantada em sistema adensado, o custo se situa na faixa de US\$ 52/saca, para uma produtividade de 45 sacas/ha.

O café robusta, pelas razões apresentadas nos aspectos agrônômicos, tem custos de produção mais baixos, na faixa de US\$ 50/saca, para uma produtividade de 15 sacas/ha, e US\$ 69/saca (sete sacas/ha) na região de São Gabriel da Palha (ES).

Todos os números apresentados dizem respeito ao custo total, embutindo remuneração de capital e depreciação, em torno de 23%, conforme o caso.

Dados referentes à análise da Organização Internacional do Café (OIC) [ver Saes e Jayo (1998)] apresentam custos por saca de US\$ 59 (Etiópia) a US\$ 100 (México), apontando o custo de US\$ 75 por saca para o Brasil, porém, conforme sugerido pelos autores, com problemas metodológicos de comparação entre os diversos sistemas de plantio, condução e condições de clima e solo, além de não computar fatores como subsídios e infra-estrutura social e administrativa custeados pelo Estado.

Novas Tecnologias

As experiências com novas tecnologias no cultivo do café têm trazido resultados significativos ao adensamento do plantio, racionalização dos tratos culturais, uso de sistemas de irrigação, seletividade na colheita e maiores cuidados no tratamento pós-colheita, com reflexos na redução de custos, no aumento da produtividade e na melhoria de qualidade do café colhido.

- *Plantio direto* – a utilização de técnicas de plantio direto na implantação de lavouras mecanizáveis vem apresentando resultados bastante satisfatórios com o café. Nesse caso, as máquinas marcam as fileiras onde as mudas são plantadas, permanecendo à sua volta o capim cortado que cobre o solo. O plantio direto possibilita significativa economia de custo de implantação, diminuindo a utilização de fertilizantes, restando matéria orgânica, protegendo e tornando o solo mais poroso, além de facilitar a infiltração de água.
- *Plantio superadensado* – consiste em plantar até 14 mil mudas por hectare, e sua produtividade é crescente até a quinta colheita no sul de Minas, enquanto nos cerrados ela cresce até a terceira colheita. Após esse período, a produtividade começa a cair, a colheita se torna difícil, em virtude da grande população de plantas, e os frutos apresentam variados graus de maturação. É necessário retirar algumas plantas, transformando o plantio em adensado.
- *Pivô central com irrigação dirigida* – é uma adaptação do sistema de pivô central tradicional, onde as linhas da lavoura são dispostas de forma circular e a irrigação é feita somente sobre os pés de café, possibilitando racionalizar e economizar a distribuição de água, fertilizante e defensivos, pois somente as plantas os recebem. As ruas não são irrigadas, o que diminui o crescimento de mato e ervas daninhas, facilitando e tornando mais barata a conservação e a limpeza dos cafezais.

- *Colheita seletiva* – a exemplo do que é praticado na Colômbia, a colheita é feita em duas ou três vezes, melhorando consideravelmente a qualidade do café. Nesse processo está sendo adaptada para utilização uma máquina francesa de colheita de uva para vinho que, com regulação específica, colhe só frutos maduros.

A trajetória do café no Brasil é reflexo da dinâmica de sua inserção no cenário mundial. Essa dinâmica, por um lado, é marcada pelas características da cultura,¹ que contrasta períodos de restrição natural de oferta com épocas de abundância. Por outro lado, há uma clara delimitação entre produtores e consumidores, e só o Brasil se coloca nos dois lados do fluxo (é produtor e consumidor significativo).

Assim, na maior parte do tempo a tentativa de controle da produção e dos estoques por ambas as partes exerce pressão sobre preços e estes sobre o tamanho da safra. De outra forma as campanhas de expansão de consumo encontram contraposição nas “pesquisas médicas”, que vez por outra o desaconselham, numa eterna contenda entre países produtores e consumidores, num mercado que envolve mais de US\$10 bilhões, somente na venda do produto em sua forma mais primária, sem contar com os insumos envolvidos, e que contrapõe países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, do lado da produção, e países desenvolvidos, do lado do consumo.

A produção mundial de café, nos últimos 10 anos, teve crescimento de 0,2% a.a., o que configura uma situação de estagnação, situando-se na faixa de 90 a 100 milhões de sacas, com safras abundantes em 1992 e 1997 (102 milhões de sacas) e frustrante em 1995 (89 milhões de sacas).²

Os 10 maiores produtores eram responsáveis por 69% da produção mundial no início da década, participação que cresceu para 74% em virtude do aumento da produção da Índia e do Vietnã, principalmente este último, que obteve uma taxa de crescimento da ordem de 21% a.a.

Brasil e Colômbia, principais produtores mundiais, com participação conjunta de 40% na média, mantiveram a mesma posição no início e no fim da atual década, com taxas anuais de crescimento de -0,2% para o Brasil e 1% para a Colômbia. Nota-se um declínio da produção africana (somente a Etiópia teve taxa média de crescimento positiva de 2,6% a.a.), uma estagnação na América do Sul e um crescimento na região centro-americana e na Ásia.

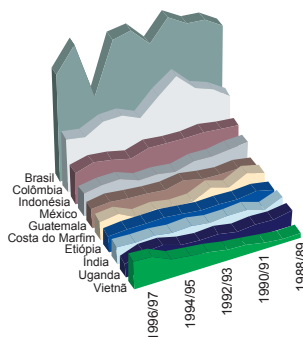
Mundo

Produção

¹Ver a questão da bianualidade na seção que trata dos aspectos agronômicos.

²A produção brasileira é motivo de controvérsias, e as estatísticas disponíveis diferem em até 27%, o equivalente a 6% da produção mundial. Entre as séries disponíveis (USDA, IBGE-MICT e F. O. Lichts), optou-se por analisar a produção mundial a partir da última, que apresenta valores médios entre a previsão do consumidor (USDA) e do produtor (IBGE-MICT). Como nas previsões de safra geralmente estão embutidos altos níveis de especulação, optou-se por trabalhar com dados até a safra de 1997/98, por ser a última cujos dados estão consolidados internacionalmente.

Gráfico 1
Principais Países Produtores – 1988/98



Fonte: F. O. Lichts.

O mercado tem valorações e destinos diferentes para os cafés arábica e robusta, constituindo dinâmicas diversas que devem ser analisadas separadamente.

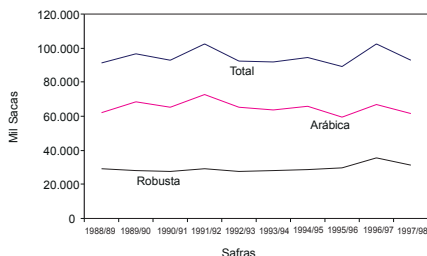
O crescimento da produção, nos últimos 10 anos, comportou-se de maneira antagônica para as culturas de arábica e robusta. Enquanto o arábica teve taxa de crescimento média de -0,1% a.a., o robusta cresceu a uma taxa anual de 0,9%, tendência que se aprofundou nos últimos quatro anos (-0,7% a.a. e +1,1% a.a., respectivamente). Desde a safra de 1991/92 que o café arábica vem perdendo participação na produção mundial.

A explicação para esse movimento parece que são a tendência de praticidade do consumidor, que demanda mais café solúvel, e a recuperação dos preços do café arábica, que em 1992 teve seu nível mais baixo dos últimos 25 anos (US\$ 0,56 por libra-peso na média anual), e a partir daí forte recuperação, alcançando US\$ 1,66 por libra-peso em 1997 (um aumento de 196%). O café robusta, apropriado para a composição básica do *blend* dos cafés solúveis, com sabor compatível com a qualidade esperada do produto final, custava 25% menos em 1992, e mesmo com recuperação de preços, da ordem de 81%, seu valor era menos da metade do arábica em 1997.

Em contraposição, os produtores de café arábica se movimentam em direção ao fornecimento de cafés de melhor qualidade que sejam adequados ao uso em máquinas de café-expresso: máquinas italianas que fazem a moagem no ato da feitura da bebida.

Gráfico 2

Produção de Café no Mundo, segundo suas Variedades – 1988/98



Fonte: F. O. Lichts.

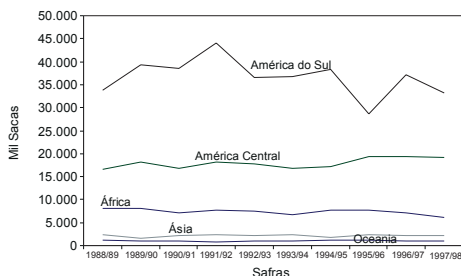
A variedade arábica responde por dois terços da produção mundial de café. Por ser uma cultura frágil, sujeita a diversas doenças, além do perigo de geadas em diversas regiões, principalmente no Brasil, sua produção mundial esteve praticamente estagnada nesta década, com ligeira tendência à diminuição. Tal fato, porém, não é sistêmico, mas sim o resultado de mudanças no panorama internacional, com alguns países substituindo a produção em decadência. Esse movimento se dá, principalmente, em relação à África (25%) e à América Central (15%).

Arábica

O pico da produção ocorreu na safra de 1991/92, com 73 milhões de sacas, superior em 18% à produção de 1997/98, com grandes oscilações no período, reflexo da inconstância das safras do Brasil e da Colômbia.

Gráfico 3

Produção de Café Arábica por Blocos de Países – 1988/98



Fonte: F. O. Lichts.

A América Central é o único bloco que apresenta crescimento constante e aparentemente sustentado da produção em El Salvador, Guatemala, Honduras e Nicarágua. Na África, a Etiópia é exceção à regra, apresentando crescimento na produção.

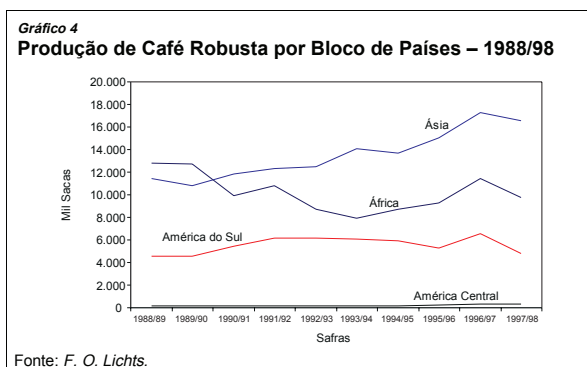
Robusta

O robusta, mais conhecido como *Conillon* no Brasil, representa um terço da produção mundial de café e tem a maior parte de sua produção nos países africanos e asiáticos. Na América do Sul, somente o Brasil e o Equador produzem essa variedade. A América Central e principalmente o México também têm aumentado a sua produção, porém de forma ainda pouco significativa.

A produção africana de robusta tem decrescido a uma taxa média anual de 3%. Os únicos países que mantêm a sua produção em níveis significativos, embora com grandes oscilações de safras, são Costa do Marfim e Uganda, este último com tendência declinante. A maior redução foi no Zaire, que produziu 1,7 milhão de sacas em 1988/89 e somente 830 mil sacas na safra de 1997/98.

A Ásia vem substituindo a África no fornecimento de robusta ao mercado internacional, com um crescimento da produção de 4,2% a.a. e tendo como destaque o Vietnã, que aumentou sua safra em 460% nos últimos 10 anos. Excetuando-se as Filipinas, que diminuiu sua produção em quase 50%, todos os outros países produtores desta região a incrementaram.

Nesse segmento, o Brasil é o terceiro maior produtor mundial, tendo sido ultrapassado pelo Vietnã na safra de 1996/97. O país viu sua produção crescer até a safra de 1991/92 e, a partir de então, manteve-se na faixa de 5,5 milhões de sacas, com quebras em 1994, 1995 e 1997.



Exportações

As exportações mundiais de café têm mantido um comportamento cíclico, que acompanha o movimento da produção, porém com ligeira tendência de crescimento sobre a década passada. A média anual de exportações, nesta década, está acima das 75 milhões de sacas, enquanto na década passada ficou em torno de 70 milhões de sacas.

Analisando os dados da F. O. Lichts, a mudança de patamar se dá em função do aumento das importações dos países do Leste Europeu e dos componentes da antiga URSS.

O volume das exportações cresceu de 1989 a 1998 a uma taxa de 1,4% a.a. para uma produção estável no período, o que, aliado a um crescimento do consumo interno dos países produtores da ordem de 17%, ocasionou um decréscimo gradativo dos estoques finais, que correspondiam, em 1998, a 46% dos verificados no início da década.

Essa diminuição de estoques teve grande influência sobre o patamar de preços praticados internacionalmente, que atingiu seu pico em setembro de 1994, também em função da quebra da safra brasileira daquele ano, mas que continuou em níveis elevados, voltando a cair em meados de 1998, fortemente influenciados pela grande safra brasileira deste ano.

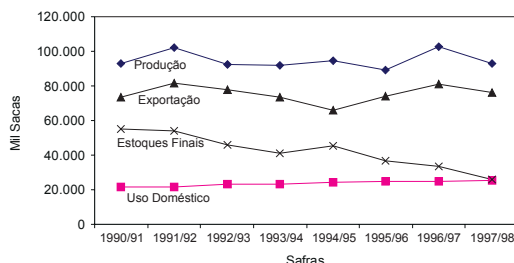
O crescimento da exportação não se deu de maneira uniforme para todos os tipos de café ou países exportadores. Os chamados suaves da Colômbia perderam participação no mercado, porém cresceram a uma taxa de 0,4% a.a., em função do crescimento da exportação do país (0,9% a.a.), que no entanto foi menor que o aumento da exportação mundial.

Dos grandes produtores de café arábica da América Central, somente a Costa Rica teve diminuição na sua exportação. El Salvador, Guatemala, Honduras e Nicarágua tiveram crescimento significativo, com taxas anuais que variaram entre 1,67% e 5,91%.

Dos outros produtores de café arábica, Peru (4,76% a.a.) e Etiópia (3,16% a.a.) tiveram aumentos significativos em suas exportações. O Brasil manteve-se próximo à média de crescimento (1,32% a.a.) e, dentre os maiores produtores, o Equador teve a maior queda (-5,48% a.a.).

Os cafés do tipo robusta ganharam mercado no período, com crescimento a uma taxa anual de 2,91%, aumentando sua participação de 25% para 29% do mercado internacional. Quase todos os países africanos perderam influência nesse mercado, diminuindo seus embarques. As exceções foram Costa do Marfim, cujas exportações mantiveram-se no mesmo patamar, e Uganda, que cresceu a uma taxa de 3,48% a.a.

Gráfico 5
Balanço Mundial do Café – 1990/98



Fonte: F. O. Lichts.

Dos produtores asiáticos, a Indonésia ficou no mesmo patamar, enquanto a Tailândia e o Vietnã aumentaram fortemente sua participação no mercado mundial de café robusta, o primeiro a uma taxa de 4,49% a.a., enquanto o segundo foi responsável pela maior inserção no mercado mundial, aumentando sua exportação em 524%, o que equivale a uma taxa de crescimento da ordem de 22,58% a.a.

Em termos absolutos, Brasil, Colômbia e Indonésia continuam a ocupar, na ordem, as três primeiras posições no *ranking* dos maiores exportadores, e responderam, em 1997, por 44% de toda a exportação, menor que os 52% do início da década. Essa diminuição decorre do aumento da exportação vietnamita, que já ocupa a quarta posição, com uma participação equivalente a 7% do total.

De resto, a única mudança importante é a da Costa do Marfim, que caiu de quarto maior exportador para a oitava posição. México, Uganda, Guatemala, El Salvador e Índia completam, na ordem, a lista dos 10 maiores, sem grandes alterações de posição.

Reexportações

O mercado internacional do café tem uma característica que o difere da maioria das outras mercadorias transacionadas entre os países: enquanto na maioria dos produtos as importações são feitas para suprir a escassez da produção local, no café a maior parte do mercado (80%) é composta por países não-produtores. Assim, os movimentos de reexportação são mais facilmente identificáveis. Nesse pormenor, a Alemanha assume, nos negócios com o café, a posição de entreposto comercial exercida pela Holanda em outros produtos.

É importante salientar que essa prática vem aumentando significativamente nos últimos anos. Se na década passada os países

importadores membros da OIC reexportavam cerca de 15% do café comprado dos países produtores, no início dos anos 90 esse índice mudou para o patamar de 18% e, a partir de 1994, alcançou 25%.

Em relação à posição de 1985, a Alemanha duplicou sua exportação de café para 4,1 milhões de sacas em 1997, volume superior ao da Costa do Marfim, oitavo maior produtor-exportador. Desse volume, 65% destinaram-se à União Européia e, de toda a reexportação, 43% foram de café verde e quase metade destes para os Estados Unidos, país que também duplicou o volume desse tipo de negócio, com o mesmo índice de reexportação de café verde, sendo que 70% destinados ao Canadá.

A Bélgica aumentou em 100% suas reexportações, porém com características diferentes. O café verde participa com 27% e o restante é vendido processado, seja solúvel ou somente torrado e moído. O destino predominante foi a União Européia (UE) (96%, em 1997).

A França seguiu caminho semelhante ao da Bélgica (134% de aumento), porém com maior participação do café verde (52%) e 28% destinados a países fora da UE. Itália e Espanha são os participantes mais novos nessa modalidade de comércio, com estratégias ligeiramente diferenciadas. Ambos vendem seus produtos na forma processada (93% e 65% respectivamente) e a maioria para a UE (75% e 57%).

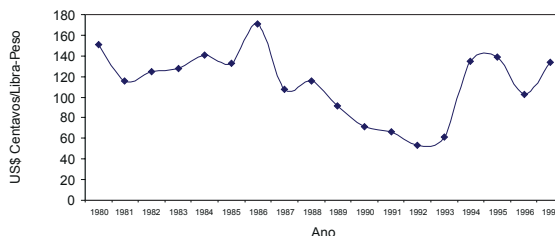
As estratégias de reexportação, segundo os números apresentados, são basicamente de ocupação dos mercados intrablocos econômicos, facilitados pelas zonas de livre comércio e proximidades geográficas. Porém, não se pode deixar de observar esse movimento como um dado importante na dinâmica do comércio internacional. Os compradores colocados também na ponta de venda são em número menor que os produtores, têm tradição de exigir qualidade da matéria-prima importada e podem deslocar as vendas, dificultando tanto a conquista de novos mercados pelos países produtores como a reconquista dos mercados perdidos.

A evolução dos preços é consequência e fator determinante da produção de café em nível mundial. Nas duas últimas décadas, os preços se mostraram em queda até 1992, quando começam a apresentar novo ciclo de alta.

Preços

A relativa estabilidade das safras e a estagnação do consumo são os grandes responsáveis por essa situação, só revertida pela diminuição dos estoques e pelo aumento do consumo nos países produtores a partir da década de 90. Os níveis históricos de

Gráfico 6
Preço do Café (Médias Anuais) – 1980/97



Fonte: F. O. Lichts.

preços praticados na bolsa de Nova York e vigentes em 1992 (US\$ 71/saca) são semelhantes àqueles apresentados no início da década de 70, indicando um piso dos preços.

A recuperação de 1994 e 1995, quando os preços alcançam o valor de US\$ 270 por saca, em grande parte foi ocasionada pelo declínio da produção brasileira, em função da geada de 1994, e a alta de 1997 (máximo de US\$ 240 por saca em maio de 1997) pela recomposição do nível de estoques, ainda baixos, dos países consumidores. A partir de então os preços voltaram a declinar, até se situarem numa faixa entre US\$ 90 e US\$ 100 por saca, que tende a ser o novo patamar de equilíbrio, a continuar a estabilidade da produção.

Brasil

Produção

Metodologia

A produção de café no Brasil, que mesmo com seus altos e baixos correspondeu a 27% de todo o café produzido no mundo na última década, é bastante complexa e não pode ser analisada sem que se façam algumas ressalvas, sob o risco de incorrer em erros importantes.

O parque cafeeiro está implantado no Brasil há quase 200 anos, e nesse período sofreu mudanças significativas de localização, tecnologias de produção e métodos diversos de colheita e pós-colheita. Em uma mesma região podem conviver lavouras de idades bastante diferenciadas (desde áreas em implantação a lavouras com mais de 20 anos), plantas de variedades diversas, áreas com amplitudes bastante diferentes quanto à população de cafeeiros, métodos e tratos culturais distintos, lavouras irrigadas e de sequeiro, variados manejos de pós-colheita, bem como distintas estratégias de direcionamento do produto final.

Todas essas questões afetam sobremaneira a produção e a produtividade da lavoura, e os dados sobre as diversas facetas da produção brasileira de café não estão disponíveis de forma organizada.

Além da profusão de análises sobre aspectos regionais e/ou particulares, a previsão, a projeção e até mesmo a confirmação da safra brasileira de café são objeto das mais variadas especulações. Não existe uma metodologia consagrada no mercado para tal fim, chegando mesmo, por alguns anos, a ter por base a avaliação feita por um funcionário do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA).

Neste artigo, optou-se por utilizar os dados do IBGE, que, embora apresentem diferenças quanto a alguns dados usados no mercado, são mais completos em relação à área e à produção por estado e referem-se ao ano-safra de produção.³

A área colhida de café decresceu na última década a uma taxa anual de 2,7% a.a., atingindo o ponto mínimo em 1995, com 1,8 milhão de hectares e recuperando-se para 2,2 milhões de hectares em 1999, área 24% inferior à de 1990.

Área

Minas Gerais, Espírito Santo, Rondônia, Bahia, São Paulo e Paraná são as maiores áreas colhidas no Brasil e representavam, em 1990, 97% da área, posição que recuou para 95% em 1999. Esse recuo não representou um aumento da produção dos outros estados, mas é resultante da drástica diminuição da área colhida no Paraná (69%) e em São Paulo (53%).

Nesses estados, o interesse pela cultura diminuiu consideravelmente em função dos prejuízos causados pelas geadas. Muitos cafeicultores paulistas e paranaenses migraram para regiões onde o risco de ocorrência de geadas é menor ou nulo, como nos casos das regiões do cerrado de Minas Gerais e do oeste da Bahia. Nas áreas tradicionais de cultivo, o café foi substituído por soja, cana-de-açúcar e laranja.

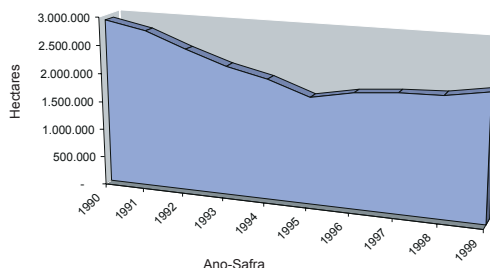
No Centro-Oeste a cultura do café também foi sensivelmente reduzida, de 99 mil hectares para 28 mil (72%), com substituição pela soja, principalmente.

Também a Bahia reduziu a área plantada, a uma taxa de 1,5% a.a. Nesse caso, embora tenha havido implantação de áreas novas na região do oeste baiano, e mais recentemente de café robusta ao sul, quase fronteira com o Espírito Santo, a parcela em produção ainda é pequena e não compensa o abandono da plantação nas regiões

³Existem dados de outras fontes que se referem ao ano-safra de comercialização que se inicia ao final da colheita de cada ano, enquanto o ano-safra de produção encerra-se ao final da colheita. Em todo o artigo o ano referido é aquele em que a colheita se encerrou.

Gráfico 7

Café no Brasil: Área Colhida – 1990/99



Fonte: IBGE.

de Brejões, Vitória da Conquista e Chapada Diamantina, por causa das mudanças climáticas atribuídas ao El Niño.

Em Minas Gerais houve redução de 3% e no Espírito Santo avanço de 1%, com taxas anuais que indicam estabilidade no período (-0,3% e +0,1%, respectivamente). No caso de Minas Gerais, o avanço de áreas plantadas na região do cerrado parece compensar o abandono de lavouras na zona da mata.

O único estado que registrou importante aumento relativo de área foi Rondônia, com acréscimo de 28 mil hectares (19%, uma taxa de 1,8% a.a.).

Produção

Mesmo com todos os percalços ocorridos no período, que passam por instabilidade econômica, queda de preços internacional e geadas, a produção brasileira apresentou bom desempenho no período analisado.

No início da década (1991/92), a produção de 24/25 milhões de sacas mantém um período de acomodação no mesmo patamar do final da década passada. Nesse mesmo período, os preços internacionais permanecem em queda constante, atingindo seu ponto mínimo em setembro de 1992.

Nos três anos seguintes, a produção situou-se em patamar mais baixo (21 milhões de sacas), com tendências de queda na produção paranaense e paulista, compensadas pelo aumento da produção de Minas Gerais e Rondônia.

Em 1995 houve a brusca queda da produção, em função de problemas climáticos, e os preços começaram a se recuperar a

partir de maio de 1994.⁴ Iniciou-se então um outro ciclo da cafeicultura brasileira. Esta mudança não foi notada na produção das duas safras seguintes, que retomaram o patamar anterior, mas no terceiro ano-safra 1998/99.

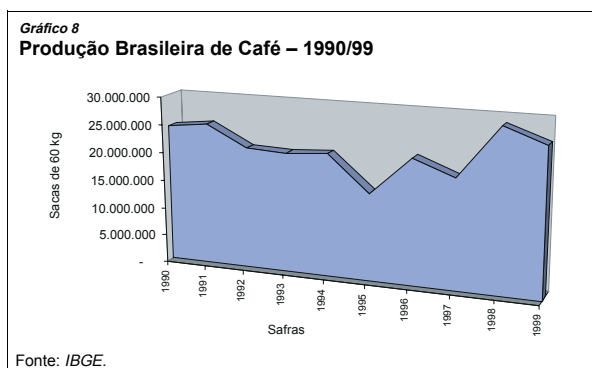
A recuperação dos preços internacionais incentivou a implantação de novas áreas, aliada às mudanças tecnológicas utilizadas na recuperação dos cafezais afetados, ao aumento da migração para áreas menos sujeitas às intempéries naturais e à difusão das tecnologias de adensamento.

Minas Gerais é o esteio da produção nacional de café, sendo responsável, a partir de 1994, por uma produção que varia entre 45% e 50% da safra brasileira e aumentando sua participação. Teve uma taxa anual de crescimento da produção de 3,4%.

O Espírito Santo tornou-se o segundo maior produtor em 1991, quando ultrapassou São Paulo. Com área praticamente estável, aumentou a produção a uma taxa de 3,8% a.a.

Destaque-se a mudança havida no Paraná e em São Paulo, onde as produções caíram a taxas anuais de 1,1% e 3,6%, respectivamente, porém em valores muito inferiores aos da queda das áreas.

Embora tenha havido diminuição de área, a produção não seguiu caminho paralelo, o que parece ser decorrente de um aumento de produtividade. Porém, como foi dito anteriormente, não se pode determinar com precisão as razões desse aumento, embora se possa inferir que o adensamento, a migração para áreas menos afetadas a intempéries e os maiores tratos culturais contribuíram em boa parte para esse desempenho.



⁴Esta defasagem é decorrente das previsões de mercado: a geada ocorreu em 1994, ocasionando a previsível quebra da safra colhida em 1995.

Exportações de Café

O volume das exportações brasileiras de café em grão nas últimas quatro décadas oscilou entre de 8 milhões e 19,5 milhões de sacas, resultando numa média de 15 milhões de sacas. Na última década tivemos exportações abaixo da média em cinco anos, dos quais quatro consecutivos, de 1994 a 1997.

Excetuando-se 1991, as exportações apresentaram tendência de baixa de 1988 a 1995 (menor exportação da década), com recuperação a partir daí. Ainda em 1998 o volume era menor que o de 1987. A principal razão para essa *performance* foi o aumento do consumo interno, aliado à acomodação e posterior queda da safra brasileira até meados da década, e os baixos preços internacionais. A recuperação das exportações se dá a partir de 1996 e coincide com o aumento dos preços e a recuperação dos cafezais. O valor dessas exportações segue a tendência dos preços internacionais, com declínio até 1993 e forte recuperação a partir de 1994.

As exportações de café solúvel, após queda em 1991, apresentaram tendência de crescimento em volume e valor até 1995, quando entraram em processo de declínio. Os Estados Unidos e a Inglaterra reduziram a um terço o volume de suas importações de café solúvel brasileiro, parcialmente compensadas pelo aumento da exportação para a Rússia, a Alemanha, o Japão e os países do Leste Europeu.

Em 1995, a Rússia representava 42% do destino de todos os embarques brasileiros de café solúvel. A partir daí, até 1997, a diminuição em um terço das exportações para a Rússia e em metade para a Romênia teve efeito importante sobre o volume (-11%) e a receita cambial brasileira (-23%) no setor de café solúvel.

A crise de 1998 agrava a situação do setor, diminuindo a receita em mais 27%, como consequência direta da redução do valor das exportações para a Rússia (49%, menos US\$ 60 milhões), Ucrânia (79%, menos 44 milhões), Inglaterra (62%, menos US\$ 5,3 milhões), Romênia (31%, menos 4,8 milhões) e Japão (7%, menos 3 milhões).

Mercado Interno

O Brasil é o segundo maior mercado consumidor de café no mundo. Na década de 80 verificou-se queda do consumo *per capita*, só revertida nos anos 90, embora ainda esteja bem abaixo dos níveis registrados na década de 60. A reversão do consumo pode ser atribuída aos programas de incentivo ao consumo e ao aumento de renda após o Plano Real. O consumo passou de 2,9 quilos *per capita* em 1992 para 3,6 quilos em 1998 (equivalente a 12,2 milhões de sacas de café verde), um crescimento de 24%, apesar do aumento significativo dos preços do café a partir de 1994.

O incremento no consumo pode também ser explicado pela melhoria da qualidade do café oferecido ao consumidor. O fim do tabelamento de preços possibilitou o surgimento de cafés de qualidade e preço diferenciados.

Quanto à forma de consumo, ainda predomina o tradicional café coado (88%) [ver Saes e Jayo (1998)], seja no coador de pano ou no filtro de papel. O café solúvel representa aproximadamente 12% do consumo total, enquanto as outras formas (expresso, *capuccino*, *gourmet* etc.) ainda são uma parcela pouco significativa.

Atualmente, o supermercado é o principal canal de comercialização do café (82%) [ver Saes e Jayo (1998)] e as mercearias e padarias compõem os 18% restantes, demonstrando uma concentração cada vez maior e restando poucas alternativas para a indústria de torrefação.

Apesar do seu crescimento, as “lojas de café” ainda comercializam pequenas quantidades, pois os produtos vendidos por elas não são diferentes dos encontrados nos supermercados. Como exceção, podemos citar as redes de lojas que vendem cafés de origem e aromatizados.

Grande parte do café consumido no Brasil ainda utiliza a embalagem almofada (87,6%) [ver Saes e Jayo (1998)], que tem vida útil inferior (cerca de um mês) à do café embalado a vácuo (cerca de um ano). O giro nos supermercados do produto apresentado em embalagem almofada está em torno de oito dias, facilitando as pressões em termos de preço sobre a indústria.

A indústria de torrefação e moagem é formada por 1.593 empresas, sendo a maior parte delas sediada nas regiões Sul e Sudeste (81%) [ver Abic (1998b)]. A indústria é formada por um grande número de microempresas, estimado em 64% do total, que, juntamente com as pequenas, perfazem 83% do total da indústria. A maior parte delas possui administração familiar e se caracteriza por um baixo nível tecnológico e gerencial, associado à falta de recursos e às reduzidas margens de lucro.

Desde o fim da regulamentação, verifica-se uma intensificação da concorrência e uma elevada rotatividade nessa indústria. O resultado tem sido um aumento (lento) da concentração, decorrente tanto da liberação de preços e do controle da entrada de novas empresas quanto das mudanças tecnológicas, como a tecnologia de embalagem a vácuo introduzida nas últimas duas décadas, viabilizando estratégias nacionais de concorrência em virtude do aumento da vida útil do produto, de um mês para um ano.

A Indústria do Café

Torrado e Moído

Saes e Farina (1998) apontam algumas características importantes do padrão de concorrência vigente nos últimos anos:

- compressão da margem de lucro das indústrias, incapazes de repassar os aumentos dos preços da matéria-prima para o produto final em virtude da participação dos grandes supermercados no total das vendas;
- a economia de escala assume papel central na concorrência entre firmas, mas a reação de parte das empresas pequenas atenua a tendência à concentração (dentre as práticas adotadas destaca-se o uso de matéria-prima de baixa qualidade e/ou adulterada, além de sonegação fiscal);
- o combate à concorrência desleal é um dos pontos básicos da Abic, cujo Selo de Pureza tenta minimizar o espaço para produtos abaixo dos padrões mínimos; e
- a liberalização do mercado e o crescimento da demanda atraíram novos e grandes investidores internacionais, como Parmalat, Sara Lee, Cargill e Coinbra, que estão alterando a fisionomia do setor.

Café Solúvel

O crescimento constante da participação do café solúvel no consumo mundial de café é uma consequência natural e direta do processo de urbanização das populações. O setor de alimentação foi extremamente afetado pelas inovações tecnológicas que mostravam a tendência do maior uso de alimentos preparados ou semi-preparados. Esse fato explica o crescimento alcançado pela indústria mundial de café solúvel entre as décadas de 50 e 60.

A economicidade do café solúvel pode ser constatada pelos seguintes dados: enquanto o café torrado e moído rende normalmente 100 xícaras por quilo, o café solúvel pode chegar a 600 xícaras.

A produção do café solúvel exige planta sofisticada, o que determina uma estrutura industrial bem mais complexa, do ponto de vista organizacional e tecnológico, do que a torrefação. Esse fato constitui-se na principal barreira à entrada de novas firmas.

A partir de 1965, o desenvolvimento do parque nacional de produção de café solúvel se faz voltado para fins de exportação, já que o consumo interno era pequeno. A receptividade do produto brasileiro no mercado externo foi grande devido à sua qualidade, já que era feito com café arábica, de qualidade superior ao robusta africano e centro-americano.

A indústria do café solúvel nacional veio modificar a prática do mercado internacional, principalmente da produção americana,

que utilizava café robusta na sua fabricação, com sabor e aroma inferiores. Ao solúvel brasileiro passa, então, a ser misturado café robusta para melhorar a solubilidade do produto feito à base de café arábica.

No desenvolvimento da indústria nacional, o mercado norte-americano tornou-se o grande comprador, em função da necessidade de melhoramentos em seus *blends*, com a introdução de um café de melhor qualidade e que se ajusta de maneira altamente eficaz na obtenção de melhor nível de bebida.

A indústria de solúvel brasileira destina sua produção para o mercado interno e externo. Em 1997, o Brasil respondeu por 56% do total mundial exportado desse tipo de café, participação que caiu em 1998 para 42,7%. A Colômbia, na década, tinha uma média de participação de 8,4%, crescendo para 16,3% em 1998, segundo os dados da OIC.

Os principais países consumidores de café solúvel do Brasil são: Rússia, Estados Unidos, países da União Européia e Ásia. Os dois primeiros responderam por 45,7% da receita com exportações de solúvel brasileiro em 1997, segundo os dados da Secex.

As inconstâncias climáticas das regiões produtoras tradicionais, principalmente São Paulo e Paraná, aliadas aos baixos preços do produto, tornaram a cultura cafeeira menos competitiva que a soja, a cana-de-açúcar e a laranja, naquelas regiões, a partir de meados dos anos 80. A reação dos cafeicultores profissionais foi procurar outras regiões onde as condições climáticas fossem favoráveis ao plantio e a cafeicultura apresentasse vantagem comparativa, além de preço da terra mais barato.

Fronteiras de Produção

Assim se dá a descoberta da vocação do cerrado mineiro para a cafeicultura e a constatação de que a região se prestava mais à cultura do que inicialmente imaginado. Também dessa forma está se dando a ocupação do cerrado baiano, no rastro da cultura da soja. No caminho de retorno, a crise das culturas de cana e laranja proporciona a volta da cafeicultura ao Estado de São Paulo. Todos esses movimentos são no sentido de melhor aproveitar a terra, seu custo e suas aptidões.

A região do cerrado mineiro há 30 anos era considerada imprópria para a agricultura. Hoje é uma potência na produção de café, que ali cresce livre dos problemas das geadas que ameaçam os agricultores do Sul na época de frio.

Cerrado de Minas Gerais

O cerrado mineiro ocupa um planalto elevado com altitude variando entre 820 a 1.100 metros. O clima da região é tropical de altitude com temperatura média entre 18°C e 21°C e estações chuvosas bem definidas. Na época da florada é quente e chuvoso. No inverno, sem chuvas, o ar é quente e seco, criando condições para um processo de maturação longo, ideal para reter o aroma e o sabor do café. A insolação é abundante, dificultando assim os riscos de fermentação por fungos. O clima é uma das principais vantagens da região. A temperatura costuma cair no inverno, porém sem os violentos contrastes que dizimaram as lavouras paulista e paranaense. A terra ganhou fertilidade com produtos químicos, orgânicos e irrigação, e hoje produz em torno de 2,5 milhões de sacas/ano, ou seja, 15% da produção nacional de café.

As técnicas modernas e os tratamentos culturais possibilitam obter um café com características diferenciadas de corpo, sabor e aroma. Na região estão concentrados os cafeicultores mais tecnificados do país, a maioria utilizando técnicas de irrigação, mecanização de tratamentos culturais e colheitas.

No que diz respeito à qualidade, a região vem ganhando reconhecimento cada vez maior, nacional e internacionalmente, principalmente pela excelência na produção de cafés finos, pois possui um dos melhores climas do mundo para a obtenção de cafés com padrão diferenciado de qualidade.

Oeste Baiano

A cafeicultura começou a se implantar no oeste baiano a partir de 1995, seguindo a ocupação daquela área, iniciada em 1988, pela cultura da soja. Atualmente, já está implantada uma área de sete mil hectares de café irrigado com lavouras em vários estágios de crescimento. A produção esperada para a safra de 1999/2000 é de 200 mil sacas.

Além da questão climática, o preço da terra é um forte fator de atração de empresas e cafeicultores de outras regiões: em Barreiras, o preço do hectare varia de R\$ 100 a R\$ 500, enquanto em Minas Gerais pode chegar a R\$ 2.000. Além disso, as terras são mais planas, facilitando a mecanização, e possuem elevada altitude média, proporcionando boa qualidade ao grão colhido. Graças às águas abundantes captadas dos rios Formoso e Arapuá, é possível implantar modernos sistemas de irrigação, e a expectativa é de se produzir, em média, até 50 sacas por hectare.

Foi criada a marca "Café do Novoeste", a ser utilizada por produtores da Bahia, como uma tentativa da Associação dos Irrigantes da Bahia, que inspeciona o produto e permite o seu uso, de conferir uma denominação de origem para o café da região. O Café

do Novoeste foi lançado no primeiro Agrocafé, em 1998, e na XI Feira Anual de Cafés Especiais, na Filadélfia, Estados Unidos, em maio de 1999.

O café robusta tem o sabor neutro, porém possui um teor maior dos chamados sólidos solúveis, que o qualificam como matéria-prima principal para a indústria do café solúvel e participam na formação de *blends* com cafés arábica, possibilitando a redução no custo final do produto. Por ser uma variedade mais rústica, seu custo de produção é, aproximadamente, 40% inferior ao do café arábica. Tal situação está estimulando o surgimento de novas lavouras no sul da Bahia, nas regiões onde o cultivo do cacau era a principal atividade agrícola.

Sul da Bahia e São Paulo

Em São Paulo, que tradicionalmente só produz cafés da variedade arábica, as indústrias de café solúvel e de torrefação e moagem adquirem todo o café robusta do Espírito Santo e de Rondônia. O alto custo do transporte e o recolhimento do ICMS em outros estados estimulou o governo e a indústria do estado a estudarem a elaboração um programa para implantação de lavouras de café robusta na região oeste do estado.

A queda do consumo no âmbito interno nos anos 70 e 80 e a perda de participação no mercado externo têm levado produtores, indústria e exportadores a buscar novas estratégias para reverter essa situação, bem como para se colocar, de modo competitivo, nos nichos de mercado que se abrem.

Estratégias de Diferenciação

Identificamos três formas de atuação, todas provenientes de esforços coletivos no âmbito da iniciativa privada. A auto-regulação objetiva a reconquista do mercado interno, enquanto as duas outras estratégias envolvem também o mercado externo e, através da divulgação da qualidade do produto, procuram fugir da “comoditização”.

A partir dos anos 70, com o agravamento da crise financeira do Estado, foram sendo reduzidos os recursos do IBC, levando ao fim do subsídio à matéria-prima para as indústrias torrefadoras nacionais. Com a aceleração da inflação, e considerando a importância do café na composição dos índices de preços, ele passou a ter preço ao consumidor fortemente controlado. Essa situação impediu que as empresas torrefadoras transferissem para o varejo os

Auto-Regulação

constantes aumentos de preço da matéria-prima, gerando uma grave crise no setor.

Em março de 1973, os representantes dos Sindicatos das Indústrias de Torrefação e Moagem de Café de diversos estados da Federação criaram uma associação nacional como forma de melhor negociar com o governo políticas de interesse dos torrefadores, uma vez que até então a influência do elo da indústria da torrefação no sistema como um todo era exercida de forma assistemática.

Apesar de a regulamentação proibir a adição de produtos estranhos ao café, a legislação não era respeitada, e as fraudes e adulterações no café vendido no varejo eram crescentes. Uma pesquisa concluída em janeiro de 1988 mostrava que 67% dos brasileiros consideravam o café consumido no mercado interno de má qualidade. A análise de amostras de café mostrou que mais de 30% das marcas de café analisadas burlavam a legislação, com impurezas (cascas, palha etc.) acima do limite de tolerância ou com misturas de outras substâncias no café torrado e moído (adição de milho, cevada, centeio e caramelo).

Com o fim do monopólio do IBC na distribuição do café verde, muitas empresas passaram a comprar matéria-prima no mercado baseadas em testes e provas realizados pelos comerciantes.

A indústria encontrava-se estagnada e tecnologicamente superada. A capacidade ociosa, estimada em 40%, inibia investimentos, o que, aliado à descapitalização do setor, resultava em um parque instalado com uma idade média de 7,6 anos, num momento em que as indústrias no mundo passavam por forte atualização tecnológica.

A indústria passou a defender junto ao IBC a criação do Programa de Autofiscalização, no qual as próprias empresas firmariam o compromisso de garantir a pureza do café. A idéia do programa foi encampada pelo IBC em novembro de 1988, e em agosto de 1989 foi feito seu lançamento nacional, antes mesmo do Código de Defesa do Consumidor. Reconhecia-se a legitimidade da Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic) de cuidar da fiscalização do setor e das análises das amostras de café de todo o país, com o auxílio de empresas de auditoria independentes. Ao IBC caberia a responsabilidade de punir as empresas cujos produtos apresentassem impurezas ou misturas. Foi criado o Regulamento/Acordo de Controle de Pureza do Café Torrado e Moído, que estabeleceu as regras para a obtenção do direito ao uso do "Selo de Pureza Abic". As coletas do programa são ininterruptas, efetuadas em pontos de venda ao consumidor, e representam o universo das marcas existentes no mercado.

Com a extinção do IBC, sem que a fiscalização e a punição fossem atribuídas a outro órgão específico, surgiu um entrave na adoção do Programa. À Abic restava punir seus associados com a exclusão do seu quadro, impedir o uso do selo de pureza e denunciar às autoridades competentes, mas a entidade não possuía o poder de coerção que tinha o IBC em multar ou até fechar a empresa.

Com o tempo, o consumidor passou a identificar o selo de pureza, e a sua presença na embalagem do café passou a ser reconhecida como um indicador de qualidade. Atualmente, 540 empresas participam do Programa, englobando 60% do total de café produzido no Brasil. A adesão ao Programa passou a significar, para as micro e pequenas empresas do segmento, um *marketing* importante.

Os esforços de *marketing* e a melhoria de renda e da qualidade do café foram fatores importantes na reversão da queda do consumo, que caiu de 4,7 kg *per capita* na década de 60 para 2,3 kg *per capita* em meados dos anos 80, mas retornou ao nível de 3,6 kg *per capita* em 1998.

Desde sua primeira edição em 1991, os concursos da Illycafé, torrefadora italiana com tradição acumulada na exploração de nichos de café *gourmet*, tiveram ampla divulgação e repercutiram fortemente junto ao mercado cafeeiro. A empresa exporta para quase 60 países. Dada a presença maciça de produtores do cerrado de Minas Gerais entre os premiados, em pouco tempo as imagens do café da região e do próprio concurso ficaram associadas. A qualidade do café do cerrado tornou-se conhecida internacionalmente.

Selo de Origem

Em 1998, quando aconteceu o 7º Prêmio Brasil de Qualidade de Café para Expresso, promovido pela Illycafé, concorreram 534 produtores de 60 municípios de todo o país. Dos 50 finalistas, 40 eram de Minas Gerais e 10 de São Paulo. Os cafeicultores do cerrado mineiro ganharam os 10 primeiros prêmios.

O reconhecimento do café do cerrado de Minas nos concursos da Illycafé alertou os produtores e estimulou o nascimento, em 1992, do Conselho das Associações de Cafeicultores do Cerrado (Caccer), que tem por objetivo valorizar o café produzido na região e foi responsável, nesses últimos anos, pela articulação de ações estratégicas e de *marketing*, além do assessoramento técnico e comercial aos produtores. Devido em grande parte a essas iniciativas, o café do cerrado já é visto como um símbolo de qualidade e agregação de valor na cafeicultura brasileira.

A certificação de origem, prática comum nos mercados de alimentos e bebidas europeus, e mais recentemente no Chile e na

Argentina, se aplica a produtos que possuem atributos qualitativos indissociáveis das características próprias de uma região ou micror-região bem delimitada, sejam elas relativas ao clima, ao solo, à história ou à mão-de-obra. São produtos cujos processos de produção não são reproduzíveis fora do local de procedência tradicional e, em vista disso, são protegidos por uma legislação e denominação de origem, que os certifica e fiscaliza sua autenticidade.

A marca Café do Cerrado, lançada em julho de 1993, objetivava garantir um diferencial de preço para o produtor, evitando que o café fino do cerrado servisse apenas para valorizar as ligas dos exportadores. Seu primeiro lote, com 1.400 sacas, foi exportado para a Bélgica, em dezembro do mesmo ano, com preço cerca de 8% superior ao que era praticado na época para o café da região.

Em 1995, fruto de gestões do Caccer, foi publicada a Portaria 165/95, do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), que “delimita as regiões produtoras de café do Estado de Minas Gerais para a instituição de certificado de origem”, define a localização geográfica de todas as regiões e os tipos de café mais produzidos em cada uma, deixando a regulamentação de emissão do certificado de origem para ser feita posteriormente.

Em 1996, o Caccer criou uma central de cooperativas do café do cerrado (a Expocaccer), com três cooperativas filiadas: Coocaccer Araguari, Coocaccer Patrocínio e Coocaccer Núcleo Acarpa. No mesmo ano foi firmado um acordo de representação do Café do Cerrado na Argentina, no Chile e no Uruguai com a empresa Cafecol Argentina S.A.

Em dezembro de 1996, foi instituído o regulamento do certificado de origem para os cafés de Minas Gerais – batizado de Certificafé –, cujo lançamento oficial aconteceu em junho de 1997. A partir dessa data, os cafés do estado recebem este certificado, desde que submetidos ao IMA para exame de amostra, e devem portar selo de origem na sacaria. Trata-se do primeiro sistema oficial de denominações de origem de café no Brasil.

Nichos de Mercado

Fundada em 1991, a Associação de Produtores de Cafés Especiais (Brazil Specialty Coffee Association – BSCA) tem por finalidade promover o produto de seus associados, destacando o padrão de excelência dos cafés brasileiros, através de pesquisa e difusão de técnicas de controle de qualidade.

Tem participado dos principais eventos internacionais, relacionados ao mercado de cafés especiais, também designados como *gourmet*. Desde 1992, participa da feira da Speciality Coffee

Association of America e também, desde 1993, de eventos na Alemanha, Suíça, Itália, Áustria, Inglaterra, França e Noruega, além de ter atuação contínua na promoção e apresentação dos cafés especiais brasileiros, através da distribuição de material de propaganda e amostras e da realização de provas de degustação no Brasil e no exterior.

Desenvolve, além disso, um trabalho de informação técnica das características de qualidade dos diferentes tipos regionais de café brasileiro. Coordena, no Brasil, o Projeto do Café *Gourmet* da OIC, que envolve o trabalho de consultores internacionais nas área de qualidade e *marketing*, financiado por recursos do Fundo Comum de Produtos Básicos e administrado pelo Centro Internacional de Comércio, órgão da Organização Mundial do Comércio (OMC). Seu objetivo principal é o desenvolvimento sustentado da qualidade para que sejam obtidos preços mais altos para uma parcela da produção brasileira.

Entre as variedades arábicas, vendidas pelos países da América Central e pela Colômbia, e a maior parte da exportação brasileira não existem diferenças intrínsecas de qualidade, que são determinadas pela colheita e pelo tratamento pós-colheita.

No Brasil, os grãos são colhidos na maioria por derriça, não permitindo a separação, durante a colheita, dos grãos secos, maduros e verdes. A secagem conjunta desses grãos acarreta um nível de heterogeneidade que influencia diretamente a qualidade da bebida. Assim, essa separação é o primeiro passo do tratamento pós-colheita e tem importância significativa na qualidade do produto final.

O despulpamento do grão maduro, a secagem adequada, a retirada da casca interna e a seleção dos grãos por tamanho completam o tratamento pós-colheita, e o produto ainda será testado na prova de bebida. Do resultado desse processo podem ser extraídos vários tipos de grãos de café. Aqueles de maior tamanho, maior uniformidade de cor, menor quantidade de defeitos e melhor qualidade de bebida constituem a melhor porção da safra e passaram a receber a denominação de *café especial*.

A rigor não há uma definição precisa do que seja um café especial. Trata-se de uma denominação de apelo mercadológico. Porém, a partir do conceito de que se trata de um produto de qualidade superior, sua identificação pode ser extraída das classificações existentes no mercado ou da antiga classificação oficial.

Novos Produtos Cafés Especiais

Identificação

Embora existam várias classificações de café, ligadas ao interesse de cada exportador e, muitas vezes, ao seu próprio esforço de *marketing*, todas elas usam como referência a Tabela Oficial Brasileira de Classificação do Café, emitida pelo extinto IBC. A classificação envolve basicamente três aspectos:

- tipo (quantidade de defeitos);
- número da peneira, no que se refere ao tamanho; e
- denominação de mercado, no que se refere ao padrão de bebida.

Outras especificações, quanto à forma do grão e ao tipo de secagem, podem ser usadas, porém não são as principais. Importante mesmo, além das acima citadas, é a cor – verde por definição.

O tipo do café é determinado pela análise de uma amostra de 300 gramas na qual são separadas as impurezas e os grãos defeituosos (considerados também os grãos pretos, fermentados e aqueles que foram colhidos verdes). A partir de uma tabela de equivalência, são “contados” os defeitos apresentados na amostra, que, quanto maiores, tornam maior a numeração do tipo. O tipo base, que representa a maioria dos cafés comercializados, é o tipo 4 (26 defeitos) e o melhor café é classificado como tipo 2 (de quatro a 11 defeitos).

O tamanho do grão é conhecido após o processo de separação, que é feito por peneiras de diversos tamanhos e numeradas de oito a 20, sendo a denominação do tamanho relacionada com o número da peneira que retém o grão. Os mais graúdos são considerados de melhor qualidade, principalmente porque atestam uma formação biológica completa. A homogeneização de tamanho também é importante para a fase de torrefação, uma vez que a mistura de grãos de diferentes tamanhos pode gerar a queima dos menores e, portanto, influenciar negativamente na qualidade final da bebida. Esta é determinada em prova de degustação, última fase da classificação. Os padrões mais comuns são:

- mole – gosto agradável, brando e doce;
- dura – gosto acre, adstringente e áspero;
- riada – leve sabor medicinal, lembrando uma tintura de iodo;
- rio – forte gosto químico, medicinal; e
- rio zona – sabor e odor desagradável.

A Abic promove, em parceria com o Sebrae, cursos para degustadores e classificadores de café e para a formação de *blends*, único sobre o qual se tem informação destinado a formar mão-de-obra para essa atividade.

Como dito anteriormente, essas classificações são usuais do mercado e não há necessidade formal de registrá-las. O processo de determinação do padrão exportado inicia-se com a exigência do comprador, que pode solicitar a remessa de uma amostra para o local de entrega ou determinar que alguma empresa, no país, faça a auditoria por ocasião do embarque. Na nota fiscal pode constar o padrão negociado ou não; na guia de exportação, no entanto, só consta a classificação tributária.

Registro

Não há, portanto, nenhum documento oficial que ateste a tipificação do café exportado. É costume das empresas exportadoras manter uma amostra do lote embarcado, em seus almoxarifados, por um período de aproximadamente seis meses, para resolução de possíveis controvérsias.

As associações de produtores de cafés especiais têm utilizado formas de controle de qualidade junto aos seus associados. Apenas as de Minas Gerais estão autorizadas por lei estadual a certificar a qualidade do produto. Não existe nenhuma entidade em nível federal que seja responsável por atestar a tipificação ou a qualidade do café exportado.

Os produtos orgânicos estão ampliando sua participação no mercado. Com o café não poderia ser diferente. Uma parcela dos consumidores está buscando e pagando por produtos de melhor qualidade, livre de resíduos agroquímicos e que não agredam o meio ambiente.

Cafés Orgânicos

O café orgânico é produzido de acordo com práticas naturais e utilizando adubação orgânica, que tem grande capacidade de reestruturação do solo, contribuindo inclusive para evitar erosão e recuperar terras degradadas ou solos excessivamente arenosos. A sua produção se tornou uma alternativa atraente em vista da demanda crescente dos Estados Unidos e do Japão.

Para ser considerado café orgânico, a lavoura deve estar sem uso de defensivos e adubos químicos durante pelo menos três anos. No Brasil, já existem organismos que orientam os produtores, avaliam e certificam o café orgânico, o que é um elemento fundamental. Segundo o Instituto Biodinâmico (IBD), apenas 10 mil sacas são efetivamente comercializadas no mercado mundial como café orgânico. Estima-se que existam apenas 100 cafeicultores produzindo esse tipo de café no mundo. No Brasil apenas nove produtores possuem o selo de certificação.

O preço pago pode chegar a duas vezes o praticado no mercado tradicional. Em virtude do crescimento da demanda e da

pouca oferta, o café orgânico está bastante valorizado, porém com a entrada de outros produtores nesse mercado o preço não deve superar 30% o do café tradicional. Segundo informações da Associação de Cafeicultura Orgânica do Brasil (Acob), mesmo utilizando os métodos naturais a produtividade pode chegar a 23 sacas beneficiadas por hectare, com custos variando de US\$ 80 a US\$ 120 por saca, índices equivalentes aos da produção tradicional [ver *Gazeta Mercantil* (7 de junho de 1999)].

No Brasil, o consumo desse tipo de café ainda é incipiente, porém nos Estados Unidos o café orgânico participa com 5% do consumo de cafés finos.

Apesar de o México ser o maior produtor de café orgânico, o Brasil é o único país do mundo que possui a marca Greenpeace – organização ecológica internacional, com mais de seis mil associados no Brasil. O Greenpeace Organic by Ituano é feito apenas com cafés orgânicos comprados dos produtores do sul de Minas Gerais, cuja embalagem contém especificações sobre a origem do produto e o modo de produção. É embalado a vácuo, sem uso de PVC ou de outros materiais prejudiciais ao meio ambiente. A embalagem externa é feita com papel produzido sem cloro.

O café orgânico da Ituano, ao mesmo tempo que aproveita a tendência crescente na Europa, nos Estados Unidos e no Japão no sentido de oferecer produtos chamados “ecologicamente corretos”, obtém, com o aval do Greenpeace, um reforço de *marketing*, podendo vir a conquistar uma fatia do público jovem ligada a produtos naturais e sem agrotóxicos. O Greenpeace pretende levar esse café para os 36 países onde atua, por meio de seus escritórios e associados. É um mercado bastante promissor, pois na Europa já existem supermercados que só trabalham com cafés orgânicos.

Produtos Derivados do Café

A conquista de novos espaços e novos produtos à base de café deve-se muito à popularização do *cappuccino*, que vem crescendo em média 20% nos últimos anos, e do surgimento do café-expresso. O centro de nutrição da Abic tem catalogadas mais de 300 receitas feitas à base de café, tais como *drinks* com ou sem álcool, doces, sorvetes, biscoitos, sobremesas e até pratos salgados. Periodicamente, com o objetivo de difundir e aumentar o uso do café, são promovidos cursos de preparação de café e coquetelaria para *barman* e pessoas que trabalham em cafeterias.

O café especial vem ampliando sua comercialização através das cafeterias e dos cafés-expresso. O primeiro passo para difundir novas formas de se consumir o café visou conquistar o público jovem, oferecendo a opção de tomar café gelado. As butiques

de cafés, inspiradas nas cafeterias européias e norte-americanas, servem cafés aromatizados com sabor de pêssego, menta, canela, chocolate, baunilha com nozes, amêndoas, creme irlandês e avelãs.

Outros produtos à base de café têm sido lançados no mercado, como:

- *Drip coffee* – um *kit* completo e descartável, composto de copo, coador, café torrado e moído em sachê, açúcar e colher, bastando acrescentar água fervendo.
- Café-creme – foi desenvolvido para pessoas que passam várias horas sem comer e necessitam de complemento alimentar entre as refeições. Utiliza a proteína em substituição ao leite, o cacau no lugar do chocolate e café descafeinado e já vem feito nas versões *diet* e tradicional.
- Café em sachê – criado especialmente para máquinas de café-expresso, os sachês contêm a medida exata para uma ou duas xícaras de café, eliminando assim o desperdício de pó e possibilitando fazer cafés padronizados, o que dificilmente se conseguiria com a operação manual.
- Café com leite pronto – lançado pela Parmalat, é vendido em embalagens *tetra pack*. A Café 3 Corações prepara o lançamento de uma versão *diet*.
- Balas de café – são produzidas pela empresa Alimentos Sasse, de Santa Catarina, e foram lançadas na Swit Brazil 97, feira internacional de balas realizada em São Paulo. A linha é basicamente destinada ao público jovem, sendo vendidas em caixinha tipo *drops*, com recheios líquidos com sabores de frutas. A empresa Café 3 Corações também lançou no mercado as balas de café.
- Café em lata – é embalado em lata semelhante à de refrigerante. Uma das marcas, produzida pela Ipanema Agrícola, é comercializada em parceria com a Coca-Cola japonesa, cujo principal item de vendas naquele mercado é o café conhecido como Geórgia.
- Cosméticos – há notícias sobre o lançamento, por uma indústria de cosméticos, de produtos de beleza à base de óleo de café. A idéia é usar um princípio ativo inédito na indústria de cosméticos mundial, sob o mote “café faz bem à saúde e à pele”. Segundo os pesquisadores, o óleo extraído do café verde é um produto nobre, rico em nutrientes, com altíssimos teores de agentes hidratantes, amaciantes e emolientes e apresenta propriedades superiores às encontradas nos produtos tradicionais utilizados pela cosmetologia. Já estaria pronta uma linha completa de produtos de beleza à base de óleo de café, com cerca de 40 produtos, que incluem maquiagem, tratamento do corpo e da face, colônias, produtos para tratamento de gorduras localizadas, estrias e celulite.

Perspectivas

A participação das exportações brasileiras passou da média de 23% para 30% na safra de 1998/99. Esse aumento só foi possível graças ao crescimento da oferta de grãos no mercado brasileiro, pois foi a maior safra da década. Os estoques mundiais estavam em níveis baixos e, além disso, ocorreu a quebra de safra da Colômbia, segundo maior produtor mundial, em virtude de um terremoto que afetou as principais regiões produtoras do país.

A introdução de novas tecnologias e a maior preocupação com uma gestão profissional por parte dos produtores possibilitaram um aumento significativo da produtividade dos cafezais, bem como a melhoria do produto.

Nos mercados consumidores dos cinco continentes, o consumo de cafés finos vem crescendo a uma velocidade muito superior à do café *commodity* e à oferta desses pelos produtores.

No cenário mundial, o Brasil é o único país que ainda tem disponibilidade de solos apropriados para ampliar significativamente o cultivo, tanto da variedade arábica como da robusta, estando, portanto, em condições de recuperar a fatia de mercado perdida.

As projeções da Illycafé apontam para um consumo mundial, no ano de 2010, de 120 milhões de sacas, ou seja, 25 milhões a mais que o patamar atual. Esse consumo apresentar-se-ia distribuído da seguinte forma: 70% de arábica e 30% de robusta. Do total, estima que 15% seriam de cafés especiais.

Embora seja o maior produtor mundial de café arábica, o Brasil tem pouca participação no mercado de especialidades. A falta de ações, com o objetivo de se inserir nesse mercado, o fará desperdiçar a oportunidade de agregar valor ao café brasileiro e certamente perder participação, a longo prazo, tanto no mercado externo como no interno.

Por outro lado, há que se admitir que a projeção é bastante otimista, dado o histórico de estagnação dos últimos anos. A consequência de um aumento significativo na produção, estimulada por essas projeções, sem a contrapartida real do consumo, é desastrosa em termos de preços, com reflexos danosos à produção, ainda mais quando se percebe a pequena diferença entre os custos de produção atuais e o valor pago pelo mercado.

Apesar de ser o segundo maior consumidor mundial de café, ficando apenas abaixo dos Estados Unidos, o consumo *per capita* no Brasil ainda é menor que o da maioria dos países europeus e dos Estados Unidos. Isso significa que ainda existe espaço para crescimento interno, o que não ocorre com a grande maioria dos países produtores, constituindo-se em vantagem adicional para o

cafeicultor brasileiro, embora o consumo de 1998 tenha sido apenas 10% menor que a meta almejada pela indústria, de 5 kg *per capita*.

O crescimento dos principais mercados mundiais (Estados Unidos e União Européia) está ocorrendo nos cafés especiais, e o segmento exportador brasileiro não se encontra devidamente capacitado para explorar esse novo mercado, pois, com raras exceções, mantém-se na forma tradicional sem uma aproximação com os compradores desses nichos.

Tal mercado, praticamente inexplorado, pode, entretanto, viabilizar a existência de pequenas empresas exportadoras direcionadas a pequenas torrefadoras ou butiques de cafés internacionais, segmentos que não despertam o interesse do comércio de quantidade.

O principal desafio para o seguimento é conseguir mostrar ao consumidor internacional a qualidade do café brasileiro e coordenar ações para vender especialidades em quantidade.

O Brasil exporta basicamente café verde beneficiado, selecionado e ensacado, ou seja, *commodity*. Embora seja um produto de demanda inelástica, sabe-se que elevações significativas de preços afetam o consumo a longo prazo.

Barreiras às Exportações

No mercado externo, os Acordos Internacionais do Café (AIC) limitavam a oferta através da instituição de cotas. Esse sistema, cujo objetivo era limitar a oferta brasileira, atua negativamente no incremento do consumo, porque restringe a oferta e, conseqüentemente, eleva os preços.

O Brasil é reconhecido mundialmente como produtor de quantidade e não de qualidade. Essa imagem contribuiu também para a diminuição da participação brasileira no mercado mundial, principalmente face a um novo padrão de consumo que privilegia a qualidade.

Além disso, a União Européia estabelece taxas de importação para o café solúvel brasileiro que têm variado bastante: até 1997, prevaleceu a taxa de 10,1%; de janeiro a junho de 1998, 9,1%; no período de julho a dezembro de 1998, 8%; em 1999, 10,5%; e está prevista uma taxa de 9% no ano 2000. As exportações de café solúvel colombiano e equatoriano estão isentas dessa tarifa adicional, por força de acordos que visam diminuir os negócios com drogas.

O protecionismo europeu visa, principalmente, preservar a competitividade das indústrias que importam o café verde e o industrializam, distribuindo nos países membros, como visto no item que

se refere à reexportação. As limitadas produções da Colômbia e do Equador não chegam a ameaçá-las, porém a possibilidade de expansão da produção e a conseqüente industrialização no Brasil podem configurar um volume considerável cujos preços têm o poder de abalar as estruturas da indústria do café na Comunidade Européia.

Desregulamen- tação

Percebe-se que a desregulamentação do mercado de café, aliada às transformações da economia brasileira e às mudanças de hábitos de consumo, está mudando as formas de negociação para os agentes do sistema agroindustrial do café, propiciando novas oportunidades de negócios.

A falta de estabelecimento do preço mínimo de registro de exportação do café pelo governo federal fez com que os exportadores recorressem mais ao mercado futuro como mecanismo de *hedge*. Através dessas operações, os exportadores têm-se protegido das oscilações de preços.

O longo período de regulamentação mundial do comércio de café (1962 a 1988) impediu o surgimento de mecanismos de competição no mercado. Os acordos entre produtores e consumidores mantiveram um rígido controle sobre preços e cotas exportadas. As bases de sustentação do acordo eram: a) o compromisso de os produtores controlarem a expansão do plantio de novos cafezais, visando estabilizar a oferta e dar funcionalidade ao sistema de cotas; e b) a responsabilidade brasileira pela formação e regulação de estoques.

Contudo, esse controle sobre a expansão cafeeira entre os produtores era sistematicamente desrespeitado pelos demais produtores, que, no ato de renovação do AIC, pressionavam pelo aumento de suas cotas individuais em detrimento da cota brasileira. Esta foi progressivamente reduzida até 1989, quando os demais produtores pressionaram por uma redução da cota brasileira abaixo de 25%, resultando no rompimento do acordo e no surgimento de um novo período no comércio mundial de café.

Com o regime de liberdade de mercado, os países adotaram diferentes estratégias visando retirar o máximo de proveito da situação. Em curtíssimo prazo alguns foram bem-sucedidos, mas esse “sucesso” converteu-se em incerteza e grandes dificuldades para a sustentação interna do setor a partir da crise, em 1992. Alguns países implementaram políticas emergenciais de apoio à cafeicultura, com subsídios pesados. Porém, as reservas financeiras para a continuação desses programas vêm-se esgotando.

No Brasil, a desregulamentação do mercado tem promovido grande aumento da competição entre as empresas, com pre-

valência daquelas de maior escala e mais ágeis na implantação e capacitação para: controle de custos, qualidade, política de recursos humanos, *marketing* dos produtos diferenciados, verticalização (para o caso das cooperativas) e integração das atividades comerciais (para o caso das torrefadoras e cooperativas). Porém, para a maioria das torrefadoras ainda faltam competências e equipamentos para fazer frente ao novo padrão competitivo que vigora atualmente entre as empresas.

Outro movimento decorrente desse novo padrão de competição foi a criação do Conselho dos Exportadores de Café Verde do Brasil (Cecafé), em abril de 1999, que será a nova entidade representante dos exportadores. O Cecafé é o resultado da reunificação do setor exportador, antes representado pela Federação Brasileira dos Exportadores de Café (Febec) e pela Associação Brasileira dos Exportadores de Café (Abecafé). A nova associação tem como objetivo discutir as metas de exportação e a política de preços, devendo possivelmente publicar estimativas sobre a safra brasileira.

Já se foi o tempo em que o setor cafeeiro brasileiro podia se preocupar apenas com a lavoura e o volume de produção. Atualmente, o maior produtor mundial de café sente os efeitos incômodos dos maciços investimentos da Colômbia na divulgação de seu produto no mercado externo e da concorrência de diversas outras bebidas no mercado interno.

Marketing

A inadequação dos investimentos em propaganda custou caro ao país: o Brasil perdeu mercado, preço e prestígio. Conceitos como "café ácido é café de boa qualidade" e "o melhor café é o colombiano" ganharam relevância junto ao mercado internacional, graças às estratégias de *marketing* de outros países produtores, em especial a Colômbia, que há três décadas vem investindo cerca de US\$ 30 milhões anuais no *marketing* de qualidade. Ao agir dessa forma consegue, nas bolsas de mercadorias, cotações até 15% superiores às do café brasileiro. Na última feira Gourmet Coffee, realizada nos Estados Unidos, a Colômbia ocupou *stands* de grandes dimensões, enquanto o café brasileiro foi representado em apenas dois pequenos espaços.

Várias entidades vêm fazendo gestão junto ao governo para que sejam destinados recursos para implantação de um plano de *marketing* destinado aos mercados interno e externo, visando: a) aumentar o consumo de café no Brasil e no mundo; b) introduzir noções de tipo e variedades, qualidades e *blends*; c) identificar diferentes públicos-alvo e diversas situações de consumo; d) introduzir a venda do café torrado e moído em países que já consomem

o café solúvel brasileiro; e e) quebrar o preconceito de que café faz mal à saúde. Está sendo proposto que esses recursos sejam provenientes do Funcafé ou da cobrança de uma taxa de contribuição sobre cada saca de café comercializada.

Os mercados dos Estados Unidos, dos países da Europa e da Ásia ainda podem ser reconquistados, ou conquistados, desde que as ações sejam eficientes e tempestivas.

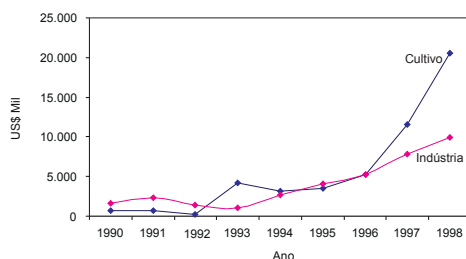
No âmbito do mercado interno, a indústria conseguiu desfazer o mito de que o produto vendido era de má qualidade, mas ainda precisa difundir a noção de diferenciação dos cafés oferecidos para ampliar esse consumo, que é o segundo maior do mundo. Para isso tem que se adequar às exigências do consumidor moderno: mais qualidade, mais informação, mais serviços e mais conveniência, com menor esforço, tempo, risco e dinheiro.

O investimento em *marketing* ressaltando as qualidades do café brasileiro, no entanto, deve necessariamente ser visto como um investimento a longo prazo, de base sólida e contínua e suficientemente flexível para adaptar-se aos diferentes momentos, condições e ambientes culturais a que se destina. Porém, isso deve ser feito ressaltando as diferenças entre os variados tipos de café produzidos no país, sob pena de se colocar no mesmo patamar o café especial e o rio zona.

Desembolsos do BNDES

Os desembolsos do BNDES para a cafeicultura cresceram acentuadamente na década de 90: mais de 13 vezes. O grande destaque foi a expansão dos financiamentos para o cultivo de café, passando de menos de US\$ 1 milhão por ano entre 1990 e 1992 (20 operações/ano) para US\$ 20 milhões em 1998 (253 operações).

Gráfico 9
Desembolsos do BNDES – 1990/98



Trata-se do ramo agropecuário que mais cresceu na década. Em 1997/98 verificou-se um aumento na parcela do cultivo, que recebeu quase dois terços dos desembolsos para a cadeia. Tais dados parecem confirmar o vigor da expansão da produção, mas também podem estar relacionados com as deficiências na operação do fundo de financiamento da lavoura cafeeira.

O café é uma cultura tipicamente de exportação. Os números evidenciam esse fato, pois, das 100 milhões de sacas produzidas mundialmente, 76% são exportadas, 13% consumidas no Brasil e somente 11% consumidas nos outros países produtores. Porém, o fim dos Acordos Internacionais do Café (AIC) marcaram um novo ciclo da economia cafeeira no Brasil e no mundo.

Conclusões

No mercado internacional, os grandes grupos empresariais atuantes no setor realizaram crescentes lucros após o rompimento do último AIC. Segundo estatísticas da OIC, cerca de US\$ 10 bilhões foram transferidos dos países produtores para os consumidores, representados pelos grandes conglomerados da indústria alimentar que atuam no comércio de transformação do café verde. De 1990 a 1992, a queda nos preços do café torrado e moído foi de apenas 7,3%, frente a uma redução de 34% nos preços da matéria-prima. Com a completa desregulamentação, aumentou o poder de manipular o mercado por parte dos grandes grupos.

No mercado interno, a oferta crescente, pelas torrefadoras, de tipos diferenciados de café e a entrada no varejo das líderes, procurando oferecer produtos de qualidade, tanto no atacado como no varejo, e ampliando significativamente suas margens de rentabilidade, redefiniram os padrões de concorrência da indústria.

Outras estratégias empresariais percebidas no mercado refletem a crescente demanda por produtos diferenciados. As empresas têm buscado consolidar *blends* próprios a fim de cativar o consumidor segundo as qualidades degustativas que seu café oferece. Esses movimentos significam também uma transferência semelhante à ocorrida no mercado internacional, só que de produtores para a indústria.

A perda de participação no mercado internacional reflete mais a renúncia brasileira ao exercício de sua posição hegemônica do que a perda de competitividade do produto nacional. O Brasil concordou que seus concorrentes se apropriassem do crescimento do mercado e só reagiu quando estes quiseram avançar sobre sua fatia "cativa".

Passividade e acomodação são as palavras para melhor definir essas atitudes. Passividade de um Estado centralizador que

tinha outros assuntos a tratar e só cuidou de manter os volumes nominais de exportação, não se preocupando com a posição relativa do país no mercado. Acomodação do setor produtivo que tinha garantia de venda a um preço mínimo razoável fixado por um Estado paternal que se dizia capaz de cuidar de tudo.

A abertura das portas para um mundo real, competitivo e de práticas comerciais agressivas, quando não selvagens, fez acordar todo um setor organizado, com elementos de coordenação definidos, mas que, “deitado em berço não tão esplêndido”, se deixou acomodar. Entre outras coisas, o setor não descobriu ainda o real significado de uma cadeia produtiva onde os elos não só se ajustam, mas têm forte relação de interdependência.

Assim, a reconquista da hegemonia brasileira no mercado internacional do café como a conquista dos mercados emergentes de especialidades de café é um trabalho a ser executado por todos os elos do setor, cabendo a cada um o desempenho eficiente de tarefas específicas. Aos varejistas e exportadores cabe identificar as vontades do consumidor e repassá-las, com clareza, aos produtores e à indústria. À indústria e às cooperativas cabe pesquisar e implementar as mais adequadas e econômicas maneiras de suprir essas demandas. Os agricultores têm a incumbência de produzir um café que permita fazer chegar ao consumidor o produto desejado. E ao setor de insumos compete pesquisar e desenvolver máquinas, implementos, embalagens e outros acessórios necessários para que o sistema se desincumba, da melhor maneira, de sua missão.

Neste artigo pesquisamos, em maior grau, a base da produção, que tem mostrado maior dinamismo na busca por novas tecnologias na produção e na apresentação do café, resultando em maior produtividade, menor custo por unidade produzida e também melhor qualidade e diferenciação.

No entanto, não podemos deixar de ressaltar duas questões importantes, como o uso da água e o tamanho da safra, onde os esforços, se conduzidos de maneira inadequada, poderão levar à frustração das expectativas.

A primeira diz respeito à cafeicultura irrigada, que inegavelmente tem apresentado ótimos resultados, mas que, como outras culturas irrigadas, pode ter futuro incerto, seja pelo seu uso excessivo ou inadequado, chegando a provocar demasiado desgaste ao solo e até a salinização, seja quanto à adequação ao novo Código Brasileiro de Águas, que prevê a cobrança de seu uso e pode aumentar os custos dessas lavouras, de forma e amplitude ainda não definidas.

Também o custo da tecnologia de despolpamento, que utiliza água em abundância, pode ser afetado pelo Código, além de haver questionamentos quanto à poluição causada pelos efluentes

do processo. Tanto na irrigação quanto no despulpamento, o uso excessivo de água pode causar comprometimento dos mananciais, acarretando mais um problema ambiental.

A outra questão é o tamanho da safra. O apelo à ampliação das áreas plantadas, estimulado pelos ganhos proporcionados pelas novas tecnologias, pode levar à exagerada elevação da safra brasileira e à conseqüente queda dos preços internacionais, retornando a um ciclo de prejuízos que pode inviabilizar as iniciativas modernizantes que ainda não tiveram seus custos de implantação devidamente amortizados.

Não é hora de aumentar exageradamente a produção brasileira e continuar fortalecendo a noção de produtor de quantidade. O café pertence à família das bebidas diferenciadas e, apesar de ser negociado e tratado como *commodity*, tem variações tais que justificariam um tratamento específico.

Os exemplos da Colômbia, distinguindo o seu produto através do *marketing* da qualidade, e dos países da América Central, pelo modo de produção (orgânico), demonstram a disputa por um mercado restrito no lado do consumo e cada vez mais competitivo na produção.

A busca dos nichos que estão se abrindo no mercado – a demanda por cafés tipo *gourmet* – é um importante passo da cafeicultura brasileira em busca da recuperação de sua posição no cenário mundial e, portanto, acumula méritos. Em primeiro lugar, a tentativa de fuga da generalização: o Brasil não só produz quantidade, mas também qualidade, e das melhores do mundo, porém precisa provar isto. Em segundo lugar, a remuneração adequada pela qualidade ofertada: um produto de qualidade não pode ter a mesma cotação do produto base, *commodity*, ser confundido ou misturado com este.

Em conseqüência, o esforço do setor tem dois reflexos básicos na economia do país:

- melhoria da receita cambial, quando aumenta o valor por unidade exportada; e
- maior investimento no setor, quando, na busca por melhor remuneração, precisa modernizar seus métodos de plantio, colheita, pós-colheita e beneficiamento.

A exportação e o consumo de cafés especiais constitui-se em um nicho de mercado no comércio de uma *commodity* centenária. O conhecimento das suas ótimas características por parte dos produtores e comerciantes, que se reflete no seu reconhecimento pelos consumidores, é uma barreira natural a ser rompida e, para isso, necessita de tempo e dinheiro.

Referências Bibliográficas

- ABIC. Um plano de marketing para os cafés do Brasil. *Jornal do Café*, n. 88, dez. 1998a.
- _____. *Características do café torrado e/ou moído*, 1998b.
- ANDRADE, Joaquim Goulart. *Produção de mudas de café em tubetes*. Cooxupé, 1997.
- _____. *Recomendações básicas para produção de um café de qualidade*. Cooperativa Regional de Cafeicultores de Guaxupé Ltda., abr. 1997.
- ANUÁRIO DA AGRICULTURA BRASILEIRA (AGRIANUAL). São Paulo: FNP Consultoria e Comércio, 1998.
- CARVALHO, Alcides. *Histórico do desenvolvimento do cultivo do café no Brasil*. Instituto Agrônômico, out. 1993.
- COFFEE BUSINESS. *Anuário Estatístico de Café*, 1998.
- DUQUE, Hélio Moacir. *A luta pela modernização da economia cafeeira: assim agem as multinacionais*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1976.
- ENCYCLOPAEDIA BRITANICA DO BRASIL. Verbete *Café*. São Paulo, v. 5, p. 1.887-1.890, 1976.
- F. O. LICHT. *International Coffee Directory & Yearbook 1998/99*.
- FREITAS, Suzana Pereira. *A importância do café na economia brasileira*. São Paulo: Fundação Álvares Penteado, 1979.
- INSTITUTO BRASILEIRO DO CAFÉ (IBC). *Cultura de café no Brasil: pequeno manual de recomendações*. Rio de Janeiro, mar. 1986.
- JORDÃO, César, et alii. *Irrigação do cafeeiro – recomendações gerais*. Monte Carmelo: Cooxupé, 1996.
- MATIELLO, José Braz, Carvalho, Francimar. *Do cafezal ao cafezinho*. Instituto Brasileiro do Café (IBC), 1985.
- OLIVEIRA, José Geraldo Rodrigues de. *Sistemas de plantio de café*. Cooxupé, mimeo.
- PASCOAL, Luís Norberto. *Aroma de café*. Hamburg Gráfica Editora, 1999.
- PAULINO, José Adelso, et alii. *Mudas clonais de café conillon – tecnologia de produção*. Espírito Santo: Ministério da Agricultura, Abastecimento e Reforma Agrária (Maara), 1995.
- _____. *Associação Brasileira da Indústria de Café – Abic: ações conjuntas e novos desafios frente à reestruturação de mercado*. VIII Seminário Internacional Pensa de Agribusiness, 1998.

SAES, Maria Sylvia Macchione, FARINA, Elizabeth Maria Mercier. *Caccer – coordenando ações para a valorização do café do Cerrado*. VII Seminário Internacional Pensa de Agribusiness, 1997.

SAES, Maria Sylvia Macchione, JAYO, Martin. *Competitividade do sistema agroindustrial do café*. São Paulo: Fipe Agrícola e Pensa/USP, 1998.

TEIXEIRA, Aldir Alves. *A qualidade do café que o mercado externo quer comprar – preparação e cuidados para produzir um café de qualidade*. Assocafé, mar. 1994.